

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Luka Mušič

Analiza ameriških predsedniških volitev 2016: fenomen Donald Trump

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Luka Mušič

Mentor: prof. dr. Žiga Vodovnik

Analiza ameriških predsedniških volitev 2016: fenomen Donald Trump

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

ZAHVALA

Iskrena zahvala mentorju prof. dr. Žigi Vodovniku za posluh pri izbiri teme in za usmeritve ter strokovno pomoč pri izdelavi diplomskega dela.

Analiza ameriških predsedniških volitev 2016: fenomen Donald Trump

V diplomskem delu sem okvirno razdelal ameriški sistem, njegove zakonitosti in značilnosti, nato pa prešel k analitičnemu delu, ki je obsegalo analizo Trumpove kampanje v letu 2016. Predsednik je na čelu široke izvršne veje oblasti, deluje kot predsednik vlade in je v splošnem najmočnejša in najvplivnejša politična figura znotraj ZDA. Ugleden položaj šefa države in predsednika vlade ga prav tako postavljata v emblematično funkcijo voditelja narodov sveta. Posledično njegove osebne ideje in aspiracije igrajo pomembno vlogo v oblikovanju nacionalnih politik ter so pod drobnogledom interesnih skupin in skupin pritiska doma in na tujem. Skoraj vsak vidik je subjekt intenzivnega pregleda s strani medijev. Moje diplomsko delo bo podrobneje o vlogi predsednika govorilo v četrtem poglavju, o fenomenu Trumpa pa v poglavjih od sedem do devet. Glavni cilj analitičnega dela mojega dela je izpostavitve dveh ključnih dejavnikov, ki sta posredno privedla do Trumpove izvolitve. Prvi analizira vpliv medijev na rezultat volitev. Drugi analizira željo volivcev po spremembi statusa quo.

Ključne besede: ameriški politični sistem, volitve 16, Donald Trump, mediji, delavski razred.

2016 general election analysis: Donald Trump phenomenon

In my thesis for diploma I elaborated structure of American political system, its laws and characteristics, and then switched to analytical work, which included analysis of the Trump Campaign in 2016. President sits at the head of a broad executive branch, acts as Prime Minister and is generally the most powerful and influential political figure within the United States. The prestigious position of the Head of State and the Prime Minister also places him in an emblematic function of leader of the peoples of the world. Consequently, his personal ideas and aspirations play an important role in shaping of national policies and are under scrutiny of interest groups and groups of pressure home and abroad. Almost every aspect is subject to intensive media review. My diploma thesis will discuss role of the president in more detail in chapter four, and the phenomenon of Trump in chapters seven through nine. The main goal of the analytical part of my work is the exposure of two key factors that indirectly led to Trump's election. The first analyzes the influence of the media on the election result. The second analyzes the voters' desire to change the status quo.

Key words: American political system, 16 elections, Donald Trump, media, American working class.

Kazalo vsebine

1 UVOD.....	8
2 METODOLOŠKI OKVIR.....	10
3 POLITIČNI SISTEM ZDA	12
3.1 Oblika vladavine	12
3.2 Politični sistem.....	12
3.3 Kongres	13
3.3.1 Pristojnosti Kongresa	14
3.4 Izvršilna veja oblasti	15
3.5 Sodna veja oblasti	15
4 PREDSEDNIK	17
4.1 Predsedniška pisarna.....	17
4.1.1 Kabinet	18
4.2 Funkcije predsednika ZDA	19
4.3 Predsednikov program	20
4.4 Predsednik in mediji	21
4.5 Predsednikov karakter ter moč prepričevanja in reči ne	23
4.6 Dvojno predsednikovanje – domače in tuje.....	24
4.7 Kolikšna je krivda predsednika?.....	24
5 "DVOSTRANKARSTVO"	25
5.1 Narava strank	25
5.2 Organizacija strank	26
5.2.1 Nacionalni komite (The National Committee).....	26
5.3 Funkcije strank.....	26
6 VOLILNI PROCES IN VOLITVE 2016	28
6.1 Volilni proces.....	28
6.2 Predhodne volitve 2016	28
6.3 Splošne volitve 2016.....	30
6.3.1 Exit polls	31
6.4 Trumpove predvolilne obljube	32
6.5 Trumpova retorika	34
6.6 Napad na status quo	35
7 VPLIV MEDIJEV NA VOLILNI IZZID	37
7.1 Kratek zgodovinski oris razvoja medijev v ZDA	38

7.2 Mediji v ZDA danes	40
7.3 Trump in mediji pred primarnimi volitvami.....	41
7.4 Trump in mediji med volilno kampanjo	45
8 BES VOLIVCEV IN KRIK PO SPREMEMBAH.....	51
9 ZAKJLUČEK	57
10 LITERATURA	59

Kazalo slik

Slika 6.1: Uradni rezultati splošnih volitev v ZDA 2016	30
Slika 6.2: Elektorski zemljevid splošnih predsedniških volitev ZDA 2016	31

Kazalo tabel

Tabela 6.1: Uradni rezultati demokratskih predhodnih volitev 2016	29
Tabela 6.2: Uradni rezultati republikanskih predhodnih volitev 2016	30
Tabela 7.1: Čas na TV ali prostor v časopisih, ki ga bi bilo sicer potrebno zakupiti	43
Tabela 7.2: Odstotek novic, namenjenih Trumpu v osmih novičarskih trgih	43
Tabela 7.3: Odstotek poročanja o Trumpu glede na tematiko	44
Tabela 7.4: Čas poročanja, namenjen posameznemu republikanskemu kandidatu	44
Tabela 8.1: Katera kvaliteta kandidata šteje največ?	54

1 UVOD

Ameriške predsedniške volitve se – razen po sili razmer – odvijajo na vsaka štiri leta, na prvi torek po prvem novembru. Z osmim novembrom 2016 je predsednik ZDA, 45. po vrsti, postal Donald Trump. Uradno je zasedel položaj 20. januarja 2017. To so bile 58. predsedniške volitve v zgodovini. Sočasno s predsedniškimi so potekale tudi številne zvezne in lokalne volitve, kot tudi volitve v Senat in Predstavniški dom.

Volitve 2016 so bile prelomne v mnogoterih pogledih. Trump je postal šele peti človek v zgodovini ZDA, ki je prejel manj glasov od svojega nasprotnika – tokrat prvič v zgodovini nasprotnice – in vseeno zmagal. Postal je prvi predsednik brez kakršnihkoli predhodnih izkušenj v javni službi ali vojski, kot tudi najbogatejši in najstarejši človek, ki je nastopil na inavguraciji.

Prvikrat od volitev 1984, ko je bil drugič izvoljen Ronald Reagan, je Wisconsin glasoval za republikanca, prvič od leta 1988, je republikanski kandidat zmagal v Pensilvaniji ter Michiganu. Bilo je tudi prvič po letu 1828 in izvolitvi Andrewa Jacksona, da je v zvezni državi Maine prišlo do razdelitve elektorskih glasov.

Če so volitve 2008 pomenile zgodovinski mejnik zaradi izvolitve prvega temnopoltega predsednika, so tudi volitve 2016 v kali, predvsem v medijih in javnomnenjskih anketah, zasledovale in nakazovale podoben, še desetletja nazaj nepredstavljen rezultat – bil je to moment za izvolitev Hillary Clinton, prve ženske predsednice v zgodovini. Nekako paradoksalno pa končni rezultat, v luči vsega dojemljivega in nedojemljivega ter dogajanja med samo kampanjo, lahko ocenimo kot največji šok v zgodovini ZDA, ki je poskrbel za neverjeten pretres tako doma kot po svetu.

Clintonova je bila velik favorit za zmago, vodila je v nacionalnih anketah v večini držav, kjer je rezultat predvidoma tesen. Njeni zavezniki so bili tako prepričani v zmago, da je super PAC, ki ji je zagotavljal finančna sredstva za kampanjo, preusmeril milijone v druge volilne bitke. Trump svoje volilne kampanje še zdaleč ni vodil po tradicionalni poti, porabil je trikrat manj na oglasih kot nasprotnica, imel je majhen, dezorganiziran teren za igro s Clintonovim elektorskim strojem. Trump je bil podcenjen od prvega dne, ko je naznanil kandidaturo. Trump je bil podcenjen v primarnih volitvah. Trump je bil podcenjen celo po tem, ko je pometel s šestnajstimi republikanskimi kandidati, nato pa je poteptal nasprotnico z zmagami v štirih največjih bojiščih (*battleground states*) – Floridi, Severni Carolini, Ohiju ter Pensilvaniji. Kljub temu, da je podiral rekorde v neodobravanju, je vodil neviden upor med volivci delavskega

razreda, večinoma belci, ki so bili tako polni gnusa do nepremičnega statusa quo, da so glasovali za kandidata, ki je obljubljal dramatične spremembe. Na mnenja anket in strokovnjakov se je dobesedno požvižgal, v razgreti kampanji se je boril proti Clintonovi, republikanskem esteblišmentu ter osnovam spodobnosti.

V svoji kampanji je odkrito kršil dogovore, običaje in konvencije, zavračal politično korektnost, s pogosto strupeno retoriko, poudarjanjem svojih gospodarskih "uspehov", izjavami o "izsušitvi močvirja" (*drain the swamp*) ter populističnim tonom je dregnil v zavest ljudi v državi na način, ki ga ni mogel replicirati noben izmed ostalih kandidatov. Celó do te mere, da večini ni bilo mar, kako spreminja mnenja iz dneva v dan, kako točne so njegove izjave, koga je užali... Mnogi so ga podprli iz jeze in občutka, da država potrebuje radikalne spremembe, saj je način na katerega deluje vlada pokvarjen. Njegov slogan "Naredimo to deželo spet veliko!" ("*Make America Great Again!*") je slonel na obljubah, da pozabljeni moški in ženske ZDA ne bodo pozabljeni nič več. Obljubljal je odpravo in zamenjavo Obamove zdravstvene reforme, krepitev mej ter gradnjo zidu na meji z Mehiko, pospešeno deportacijo nelegalnih migrantov, prepoved vstopa muslimanom, ponovno izpogajanje mednarodnih trgovinskih sporazumov, hitro uničenje Islamske države ter odstop od pariškega podnebnege sporazuma. Med drugim je Kitajsko obtožil, da manipulira z valuto ter da jemlje Američanom delovna mesta.

Razlogi, zakaj je bil Trump izvoljen so (pre)številni. Njegova izvolitev je še poglobila vprašanje smotrnosti javnomnenjskih raziskav. To je bil drugi veliki šok po odločitvi ljudi na referendumu o izstopu Velike Britanije iz Evropske unije (*Brexit*) v le nekaj mesecih, postavil pa je tudi potencialne temelje za podobna presenečanja na prihajajočih volitvah v nekaterih najmočnejših evropskih državah. Nekaj pa je seveda jasno: ZDA se zaradi narave političnega sistema ter nešteti drugih dejavnikov ne bodo podrejale predsedniku, pač pa je v moderni globalni sestavljaniki možno zgolj in samo obratno. Emma Goldman je že davno dejala: "Če bi volitve kaj spremenile, bi bile prepovedane."

2 METODOLOŠKI OKVIR

Glavni cilji moje diplomske naloge so osnovna predstavitev političnega sistema ZDA, analiza volilne kampanje republikanskega predsedniškega kandidata ter analiza ključnih dejavnikov, ki so privedli do težko predstavljive izvolitve republikanskega predsedniškega kandidata. Zaradi časovnih in prostorskih omejitev se bom omejil na dva dejavnika.

Diplomsko delo je sestavljeno iz treh sklopov. V prvem bo analiza temeljila na kvalitativnem zbiranju podatkov z uporabo deskriptivnih metod na podlagi primarnih in sekundarnih virov, izhajajoč iz pregleda obstoječe bibliografije. V pomoč mi bodo večinoma sekundarni in internetni viri. Diplomsko delo bo analiziralo lastnosti ameriškega predsedniškega sistema, funkcije in pristojnosti ameriškega predsednika ter značilnosti dvostrankarstva v ameriškem političnem prostoru. V drugem delu se bom fokusiral na aktualne volitve 2016 ter na politične obljube in retoriko Trumpa, pri čemer bom uporabljal predvsem internetne vire. Ta del se zaradi prostorskih in časovnih omejitev ne bo fokusiral na Hillary Clinton. V tretjem delu bom na kratko opisal vse dejavnike, ki so vplivali na Trumpovo izvolitev, nato pa podrobneje analiziral dva, ki sta bila med bolj odločilnimi - vpliv medijev ter željo po spremembah. Predstavil bom argumente, ki pa (zopet) zaradi prostorske in časovne stiske ne bodo izzvani s (sicer v nekaterih delih relevantnimi) protiargumenti. Glede na kompleksnost obravnavane tematike bom uporabil eklektičen nabor komplementarnih metod in tehnik. Zelo pomembno je poudariti, da bo moje delo kronološko obsegalo čas, vse do dneva splošnih volitev in da dogajanje po volitvah ni del diplomske naloge. Tako denimo ne bomo analizirali, koliko političnih obljub je Donald Trump izpolnil in/ali prelomil.

Uvod je zajet v prvem poglavju diplomske naloge. Sledu mu metodološki okvir, kjer sta navedeni obe hipoteze. Poglavja od tri do sedem bodo postavila temelje za lažje razumevanje analitičnega dela naloge. Tretje poglavje govori o političnem sistemu v ZDA. Četrto se podrobneje osredotoča na predsednika, njegove funkcije in pristojnosti. Peto poglavje opisuje fenomen dveh strank. Šesto poglavje govori o zakonitostih volilne kampanje, sedmo pa je že vsebina drugega dela naloge in analizira potek volitev 2016, kot tudi Trumpovo kampanjo in njegov stil. V osmem in devetem poglavju, ki spadata v zadnji sklop naloge, bom analiziral dva dejavnika, ki sta doprinesla k izvolitvi Donalda Trumpa, in ki sta tudi del preverbe oziroma potrditve ali ovržbe zastavljenih hipotez. Osmo poglavje govori o medijih, deveto pa o želji po prevetritvi statusa quo, za katerega je, kot bomo pokazali, kriva tudi Hillary Clinton sama. Vsebinsko diplomsko nalogo zaokroži sklep, kateremu sledi še seznam uporabljene literature.

Zaradi velikega števila medsebojno prepletenih dejavnikov, ki so privedli do izvolitve Trumpa, se je bilo težko opreti zgolj na eno hipotezo. Izbira dveh je bila tako stvar premisleka in rahlo subjektivna odločitev. Zaupanje v medije je v ZDA že tako na trhlih tleh, medijska histerija proti Trumpu, ki ga ljudje niso videli kot systemskega kandidata, pa je zadeve zgolj poslabšala. Poleg tega so Američani po izvolitvi Obame pričakovali "nov veter v jadra", a na koncu se je njegova kampanja izkazala za dokaj medlo, klic po spremembah pa je tako postal krik.

Hipoteza 1: Mediji so s svojim vedenjem in poročanjem ključno prispevali h končnemu rezultatu.

Hipoteza 2: Trump je zmagal, ker so ljudje želeli drastične spremembe, ki jih je obljubljal in ki jih Hillary Clinton kot navidezna posebitev statusa quo ni bila sposobna artikulirati.

3 POLITIČNI SISTEM ZDA

3.1 Oblika vladavine

ZDA so federacija. Federalizem se nanaša na politični sistem, v katerem so lokalne (teritorialne, regionalne, provincialne, zvezne in mestne) enote vlade, kot tudi nacionalna vlada, ki sprejema dokončne odločitve, z obzirom na vsaj eno vladno aktivnost, katere obstoj je zaščiten. "Temeljno politično dejstvo federalizma" piše David B. Truman, "je, da ustvarja ločene, samostojne živeče centre moči, prestiža in profita" (Wilson 1986, 48–9).

Prvih 150 let v ZDA so dominirale zvezne države in predeli, sploh prvih 60 let obstoja ZDA pa ni bilo povsem jasno, da bo prevladala Unija. Vprašanje je bilo rešeno šele po državljanski vojni. Celo po državljanski vojni je lokalna samovlada, podprta s strani bolj decentraliziranih institucij Ustave – Kongresa in zveznih držav –, ostala najbolj ugledna značilnost ameriškega političnega življenja. Šele v sredini dvajsetega stoletja, kot rezultat novega dogovora (*New Deal*) ter druge svetovne vojne, so Američani nacionalno vlado začeli videti kot dominantno v njihovih političnih življenjih. Glavna zmaga podpornikov Ustave nad njihovimi nasprotniki je bilo sprejetje ideje o veliki republiki, veliki naciji, ki je bila enakovredna Evropi, po moči in po velikosti (Landy in Milkis 2008, 193).

Že James Madison je prepoznava, da akumulacijo vse moči - zakonodajne, izvršilne ter sodne v istih rokah -, bodisi enega, nekaj ali veliko; bodisi dedno, samozvano ali izvoljeno, lahko izgovarjamo kot definicijo tiranije. V teoriji je, po diskriminaciji številnih razredov moči, bodisi so ti po naravi zakonodajni, izvršilni ali sodni, naslednja težka naloga zagotoviti neko praktično varnost vsakemu, pred invazijo vsakega (Wool 1996, 42–3).

Osnovna struktura ameriškega federalizma glede na Ustavo ne spodbuja visoko koordinirane ali učinkovitega pristopa k vladi, dovoljuje pa demokratični vladi, da funkcioniira nad družbo izjemne raznolikosti. Pomembneje, dovoljuje heterogenost in svobodo, ki daje moč ameriški demokraciji. Federalni sistem je pogosto opisan v smislu nacionalnega, zveznega in lokalnega vladanja. To v funkciji drži, v pojmovanju moči pa ta opis zavaja. Imamo namreč samo dva vira moči v ZDA: nacionalne in zvezne vlade. Mesta, kraji in pokrajine so ustvarjene in eliminirane s strani zveznih držav. Nimajo moči, neodvisne od te, ki jim jo pripisuje zvezna vlada (Heineman in drugi 1995, 48).

3.2 Politični sistem

Ustanovni očetje (*Founding Fathers*) so kmalu spoznali potrebo po čimprejšnji vzpostavitvi minimalne vlade. S sprejetjem členov konfederacije in trajne unije leta 1777 – veljati so začeli

1781, ko so jih ratificirali v vseh državah –, je vlada tudi bila vzpostavljena, pri tem pa je obstajal velik vpliv konservativnega branja angleške in francoske razsvetljenske politične filozofije. To je rezultiralo v manjši neskladnosti med Deklaracijo o neodvisnosti (*Declaration of Independence*) ter Listino svoboščin (*Bill of Rights*). Po deklaraciji je vlada umetna tvorba, ki varuje posameznikovo pravico do življenja, svobode in iskanja sreče (*life, liberty, pursuit of happiness*). Po ustavni dikciji je vlada instrument ohranjanja in reprodukcije družbenih razlik prek varovanja posameznikove pravice do življenja, svobode ter iskanja sreče. Richard Hofstadter v svoji študiji ustavnih očetov ZDA izpostavlja, da jih je poleg iznajdljivosti pri izgradnji nacije, povezovalo tudi sovraštvo do demokracije. James Madison je tako kot glavno vlogo vlade opredelil "varovanje bogate manjšine pred večino, ki bi si zaželela enake porazdelitve lastnine ali drugega podobno sprevrženega cilja" (Vodovnik 2015, 47).

Ameriška vlada je predsedniška vlada. V tem tipu vlade je predsednik zelo avtonomna institucija. Predsednik ni član parlamenta in je voljen posebej. Ameriška vlada oziroma ameriški politični sistem je federativni sistem, saj obsega več kot 82 tisoč vlad. Gre za sistem delitve oblasti med različnimi vladami. Večina vlad v svetu je unitarna, kjer je vsa moč koncentrirana pri centralni vladi. V pristojnosti zvezne vlade je, da tiska denar, ureja odnose s tujimi državami in med ameriškimimi zveznimi državami, financira in vodi vojaštvo ter napove vojno, ustanavlja sodišča, ki so podrejena Vrhovnemu sodišču, ustanavlja poštne urade ter pripravlja zakonodajo, ki ureja njena pooblastila. V pristojnosti državne vlade je, da ustanavlja lokalne vlade, ureja trgovino znotraj države, vodi volitve, ratificira amandmaje k zvezni ustavi in sprejema ukrepe za javno varnost, moralo in zdravstvo. Tako zvezne kot državne vlade pa lahko obdavčujejo ter posojajo denar, ustanavljajo sodišča, oblikujejo in uveljavljajo zakonodajo, dajejo posebne pravice bankam in korporacijam, trošijo denar za blagostanje ter odvzemajo zasebno lastnino za javne namene ter plačilo odškodnine (Ferfila 2003, 5–6).

3.3 Kongres

Ameriški Kongres je dvodomni (*bicameral*), sestavljen iz Senata (*Senate*) in Predstavniškega doma (*House of Representatives*). Po dva senatorja iz vsake države nista izbrana z volitvami, pač pa jih imenujejo kongresi vsake države kot svoje predstavnike na zvezni ravni, ki skrbijo predvsem za to, da bodo njihove države enakopravno obravnavane v zakonodajnem procesu. Poleg sto senatorjev sedi v kongresu še 435 članov Predstavniškega doma (Ferfila 2003, 23).

Ameriški kongres je širše prepoznan kot najmočnejša zakonodajna na svetu. Glede na Ustavo je prva veja oblasti. Njegove pristojnosti so naslednje: sprejemanje zakonodaj, deklaracija vojn,

ratifikacija sporazumov, formulacija letnega proračuna, privolitev pomembnih imenovanj ter nadzor nad zakonodajnimi odbori ter agencijami. Čeravno ima predsednik poglaviten vpliv nad odločitvami kongresa, je daleč od samoumevnega, da bodo njegove odločitve sprejete (Ashbee in Ashford 1999, 68).

3.3.1 Pristojnosti Kongresa

Pristojnosti Kongresa so zapisane v prvem odstavku prvega člena Ustave. Oblikujejo razmerje med Kongresom in predsednikom. Ashbee in Ashford prepoznavata šest poglavitnih pristojnosti (Ashbee in Ashford 1999, 68–72):

1. Vsa zakonodajna oblast je locirana v Kongresu, zvezni zakon mora biti podprt s strani obeh domov v identični obliki. Zakonodajna vloga Kongresa izvira iz moči, ki so pripisane zveznim vladam v Ustavi, npr. nadzor nad trgovino med številnimi zveznimi državami, regulacija zunanje trgovine ter povišanje vojske. Odloki Vrhovnega sodišča so vodili do ekspanzije vloge zveznih vlad, Kongres pa je progresivno prevzel nakazovane moči. Kongres lahko zavrne predloge, četudi so ti podprti s strani predsednika. Kongres lahko sprejema tudi resolucije. Lahko tudi predlaga ustavne amandmaje, ki pa potrebujejo dvotretjinsko večino v obeh domovih ter soglasje vsaj treh četrtin zveznih držav za sprejetje.
2. Kongres ima moč mošnje (*Power of the Purse*). Čeprav predsednik predlaga proračun na letni ravni, Kongres določi obdavčenje, izposojanje vlade in trošenje le-te. Denarni osnutki nastajajo v Predstavniskem domu, a morajo biti potrjeni s strani Senata.
3. Od leta 1946 ima Kongres nadzorno moč (*oversight powers*). Ocenjuje in opazuje zakonodajni oddelek ter agencije, ki konstituirajo zvezno birokracijo. Nadzor zajema formalno in neformalno komunikacijo z administratorji, zaslišanje odborov, evalvacijo določenega programa agencij...
4. Senat ima moč "svetovanja in soglasja" (*advice and consent*). Lahko sprejme ali zavrne imenovanje višjih zveznih uradnikov, kot npr. sekretarjev kabineta, zveznih sodnikov ter ambasadorjev. "Svetovanje in soglasje" velja tudi ob ratifikaciji sporazumov, podpisanih med predsednikov in tujimi vladami.
5. Kongres ima moč odstavitve vodilnih uradnikov zakonodajne veje, tudi predsednika. Postopek razrešitve (*impeachment*) se uporablja v najbolj ekstremnih in neobičajnih okoliščinah. Predsednik je lahko razrešen zaradi "večjih zločinov ali kršitev". Postopek je bil vpeljan denimo proti predsedniku Nixonu, a je sam odstopil še pred tem.
6. Ustava Kongres naslavlja z možnostjo napovedi vojne.

3.4 Izvršilna veja oblasti

Izvršilna veja oblasti zvezne vlade vključuje predsednika, njegove pomočnike in kabinet uradnikov, ter več kot tri milijone zaposlenih civilistov. Prvotne izvršilne pisarne so bile omejene v številu sektorjev – ti so zajemali finance, zunanjo politiko, obrambo, poštne storitve ter pravo. Največjo ekspanzijo gre zaznati v zadnjih petdeset letih. Rangirane glede na izdatke in prodaje, vse tri največje organizacije oziroma odbori v ZDA izhajajo iz izvršilne oblasti – zdravstveni, zakladniški ter obrambni. Danes imamo štirinajst odborov, ki so hierarhično nad številčnejšimi agencijami. Ta položaj reflektira zanimivo zmes statusa, zgodovinskih izkušenj ter praktične politične realnosti. Teh štirinajst odborov, z izjemo vrhovnega tožilca (*Attorney general*), nosi naziv ministrstev, kolektivno tvori predsednikov kabinet, njihovi uradi pa so opisani kot kabinetni rang (*cabinet rank*). V ameriškem sistemu kabinetu primanjkuje ustavne ali celo zakonske osnove. V nasprotju s parlamentarnimi sistemi, kjer kabinet kolektivno izvaja vladno avtoriteto, v ZDA nima jasne vladne vloge. Predsednik tesno sodeluje s posameznimi uradi, redko pa kolektivno. Kabinetni rang je simbolična potrditev pomembnosti znotraj izvršilne hierarhije. Uradniški status je rezerviran za tiste agencije, ki vodijo širok spektrum programov, usmerjenih proti skupnemu smislu v nacionalnem pomenu, ter za tiste, ki skrbijo za politike in programe, ki potrebujejo redno in pozitivno usmerjanje predsednikovanja ter reprezentacijo na najvišjih nivojih vlade (Ladd 1993, 208–220).

3.5 Sodna veja oblasti

Težko si je predstavljati javne uradnike in civiliste v drugih reprezentativnih demokracijah, ki bi dovoljevali sodnikom, da odločajo o rezultatu nacionalnih volitev. Ameriško sprejetje spopada Busha proti Goru govori o izjemni moči neodvisnega sodnega sistema, da vpliva na praktično vsak aspekt ameriškega političnega življenja. Moč sodstva je najbolj značilna karakteristika ameriškega ustavnega reda. Alexis de Tocqueville je menil: "Malo verjetno obstaja vprašanje v ZDA, ki se ne bi slej ali prej spremenilo v sodnega." Ameriški sodniki si obstoječega telesa niso predstavljali zgolj kot zakon, tako kot npr. v Franciji ali Veliki Britaniji; prav tako niso bili omejeni zgolj na posredovanje v pravnih sporih. Igrali so veliko vlogo v razvoju prava in javnih politik samih (Landy in Milkis 2008, 441–3).

Sodni sistem v ZDA temelji na teoriji, da je pravica rezultat boja dveh nasprotujočih si mnenj. Zvezni sodniki so po ustavi obvezani razsojati le konkretne spore in primere (*cases or controversies*), ne pa hipotetične. Sodišča lahko odločajo le o sporih, ki jih je mogoče razrešiti s pravnimi sredstvi. Zvezne sodnike in sodnike vrhovnih sodišč imenuje predsednik, njihova funkcija je dosmrtna. Zvezni sodni sistem sestavlja okrožna sodišča (*District Courts*), prizivna

sodišča (*Courts of Appeal*) in Vrhovno sodišče (*Supreme Court*). Na vrhu ameriškega pravnega sistema je Vrhovno sodišče, ki zagotavlja uniformnost razlag zveznih zakonov in njihovo vrhovno veljavo na ozemlju ZDA, razrešuje pa tudi konflikte med posameznimi državami. Ima devet članov: glavnega sodnika (*chief justice*) in osem pridruženih sodnikov (*associates*) (Ferfila 2003, 35–7).

4 PREDSEDNIK

Člani konvencije v Philadelphii leta 1787, ko je bila sprejeta ustava ZDA (*Founding Fathers*) so le z naporom definirali primerno vlogo izvršilne veje oblasti v novem vladnem sistemu. Na eni strani so jim izkušnje iz časa angleške monarhije dale zadosten razlog za strah pred morebitno zlorabo pravic in svoboščin državljanov, s strani močne izvršilne veje. Po drugi so se člani konvencije v Philadelphii zbrali prav zaradi nezadovoljstva nad šibko vlogo centralne vlade, zapisani v členih konfederacije (*Articles of Confederation*). Alexander Hamilton se je v *Federalistu* sedemdeset (*Federalist 70*) zavzemal za močno izvršilno oblast. Samo močen predsednik lahko adekvatno varuje narod pred tujim napadom ter upravlja zakone na učinkovit in konsistenten način (Heineman in drugi 1995, 184).

Izvršilna moč, ki je podeljena predsedniku, je zapisana v drugem členu ameriške Ustave in je razdeljena na štiri kratke sekcije. Prva sekcija dokaj splošno govori: "Predsedniku ZDA bo podeljena izvršilna moč". Druga zagotavlja osnovo za predsednikovo dominanco v internacionalnih aferah, in predsednika naslavlja z "Vrhovnim poveljnikom vojske in mornarice" ("*Commaner in Chief of the army and navy*"). Prav tako predsedniku podeljuje moč, da v posvetovanju in s soglasjem Kongresa sprejema mednarodne pogodbe. Sekcija tri predsedniku daje avtoriteto, da Kongresu posreduje informacije o stanju v Uniji, in predlaga ukrepe, ki se mu zdijo potrebni in koristni oz. primerni. Ta sekcija daje predsedniku tudi odgovornost, da skrbi, da bodo zakoni izvršeni zvesto. Zadnja sekcija govori o odstavitvi predsednika (*impeachment*), odstranitev iz pisarne, v primeru resnega zločina (Heineman in drugi 1995, 185).

V Evropi ni države s primerljivim "čistim" predsedniškim sistemom (še najbližje je Francija, ki pa naenkrat direktno voli predsednika, parlament in premierja), kot tudi ne na Japonskem ali v Izraelu, zato je v tem pogledu vse skupaj kar nekoliko čudno. Medtem ko ima stranka premierja vedno večino v parlamentu, predsednikova stranka nima nujno večine v Kongresu. Od leta 1900 v kar petini izmed več kot štirideset izvoljenih Kongresov, predsednikova stranka ni imela večine v enem od, ali pa celo obeh domovih (Wilson 1986, 313).

4.1 Predsedniška pisarna

Predsednikovi najbližji asistenti imajo pisarne v zahodnem krilu Bele hiše. Njihovi nazivi pogosto ne razkrivajo funkcij, ki jih dejansko opravljajo. Nazivi variirajo glede na administracijo, gledano splošno pa ti ljudje nadzorujejo politične interese predsednika. Obstajata dve metodi, po katerih predsednik organizira svoje osebje – cirkularna (*circular*) in

piramidna (*pyramid*). Cirkularno sta uporabljala Roosevelt in Carter, pomeni pa, da osebje poroča direktno predsedniku, zaradi česar pravimo, da ima za vrlino neposreden pretok informacij, a za ceno morebitne zmede in konfliktov med osebjem. Piramidna, ki sta jo uporabljala Eisenhower in Nixon, za pretok informacij od osebja k predsedniku uporablja nek vezni člen in je bolj hierarhično urejena. Pretok informacij je tukaj bolj urejen, a za ceno morebitne napačne obveščenosti predsednika (Wilson 1986, 327).

Osebje sestavljajo dolgoletni predsednikovi pomočniki, ljudje katerim zaupa, nekaj pa je tudi takih, ki so eksperti, pripeljani po kampanji (Wilson 1986, 327).

4.1.1 Kabinet

Kabinet je produkt tradicije in upanja. Nekoč so se vodilni v zveznih uradih redno dobivali ter razpravljali s predsednikom, nekateri ljudje, predvsem tisti kritični do močnih predsednikov, pa so to videli kot ponovno vzpostavitev kolegialnega sprejemanja odločitev. V resnici pa je kabinet v glavnem fikcija. Ustava besede sploh ne omenja, Washington pa je naletel na mino vsakič, ko se je trudil, da njegovi člani sodelujejo. Tako je bilo pri Hamiltonu in Jeffersonu, Adamsu in Lincolnu, Rooseveltu in Kennedyju. Eisenhower je skoraj edini moderni predsednik, ki je prišel blizu temu, da kabinet spremeni v preudarno telo (Wilson 1986, 330–1).

Kabinet predsednika sestavlja štirinajst uradov. Med temi so naslednji: kmetijski, trgovinski, obrambni, izobraževalni, energetski, zdravstveni, nastanitveni, notranji, pravosodni, delavski, zvezni, prometni, zakladniški ter urad za oskrbo vojnih veteranov (Ladd 1993, 219).

Poleg uradov ima predsednik omrežje osebja in svetovalcev, ki so ločeni od uradov kabineta, da lajšajo operacije izvršilne veje oblasti. Ti vključujejo Urad bele hiše, Urad za menedžment in proračun, Svet ekonomskih svetovalcev, Svet za nacionalno varnost, Urad za razvoj policije, Nacionalni svet za nevarne materiale, Nacionalni vesoljski svet, Urad za trgovino ZDA, Svet za okoljsko varnost, Urad za znanost in tehnologijo, Urad za administracijo ter Nacionalni urad za kontrolo drog (Ladd 1993, 219).

Glavni razlog, da je kabinet šibka entiteta, je ta, da so njegovi člani vodje velikih organizacij, ki jih branijo, razlagajo in povečujejo. Sekretarka za namestitve in urbani razvoj (*HUD*), na primer, tako zapravi 99 % svojega časa v uradniškem poslu, 1 % (ali celo manj) časa pa o tem govori s predsednikom.

4.2 Funkcije predsednika ZDA

Za vsakega predsednika, za ameriškega pa še posebej, velja, da je nekakšen dvojni predsednik – domači in mednarodni. Zlasti Bushu in Reaganu so ves čas očitali, da sta predsednikovala bolj svetu kot pa ZDA. Najpogosteje se navajajo naslednje predsednikove funkcije (Ferfila 2003, 31–3):

- Šef države (*Head of State*)

V ZDA sta vlogi predsednika države in predsednika vlade združeni. Kot šef države je ameriški predsednik tako ceremonialni vodja kot tudi simbol vladanja. V tej vlogi sprejema tuje državnike, poverilna pisma novih veleposlanikov, vsako leto pa tudi vrže prvo žogo v bejzbol ligi in prižge božično drevesce v Beli hiši.

- Vrhovni poveljnik (*Commander in Chief*)

Ameriški predsednik operativno seveda ne vodi več armade, še vedno pa sprejema ključne odločitve. Predsednik ne poveljuje le dvomilijonski armadi, marveč v svojih rokah drži tudi meč jedrske vojne. Po ustavi naj bi bil le Kongres pristojen za napoved vojne, vendar je jasno, da je končni vzvod lahko v rokah le enega človeka.

- Oblikovalec zunanje politike

Vodilna vloga predsednika v zunanji politiki se kaže v samostojnosti sklepanja mednarodnih pogodb in diplomatskem priznavanju tujih vlad.

- Postavlja "dnevni red" v ZDA in v svetu

Preko predsedniških govorov, tiskovnih konferenc, raznih sestankov in pogovorov je lahko predsednik s svojimi predlogi nenehno na očeh ameriške in svetovne javnosti.

- Šef vlade

Zvezna administracija, ki šteje tri milijone državnih uslužbencev, porabi več kot tisoč milijard dolarjev letno. Čeprav so formalno vsi uslužbenci odgovorni predsedniku, ta lahko nadzira le vrhove – imenuje tristo najvišjih birokratov ter okoli dva tisoč nižjih vodij administracije. Pomembna je tudi njegova funkcija predlaganja proračunov agencij Kongresu.

- Vodja zakonodaje (*Chief Legislator*)

Posebej pomembna je predsednikova možnost, da Kongresu prepreči sprejetje zakona. Ko zakonski predlog pride na njegovo mizo, ga lahko bodisi podpiše in s tem postane zakon, bodisi

da nanj veto in ga z obrazložitvijo vrne Kongresu, bodisi se nanj ne odzove, s čimer zakon postane v desetih dneh.

- Odgovoren za gospodarstvo (*Manager of the Economy*)

Z naraščanjem pomena zvezne vlade v gospodarstvu se je večala tudi vloga predsednika pri oblikovanju gospodarske politike. Na tem področju ima predsednik močno oporo v Svetu gospodarskih svetovalcev, ne more pa mimo gospodarskega programa svoje stranke oziroma lastnega volilnega izhodišča.

- Krizni menedžer

V nenadnih, nepredvidljivih in nevarnih situacijah je potrebno predsednikovo hitro odločanje. Kongres je počasen, decentraliziran, velik, sestavljen iz splošnih, nespecializiranih politikov.

- Vodja stranke

Predsednik je dejansko prvi strankin človek. Sodeluje v kampanjah za strankine kandidate, imenuje strankarske ljudi na pomembne položaje ter imenuje ali vsaj soglašja z imenovanjem strankinega predsednika.

- Predsednik kot politik

Vse prej našteje predsednikove vloge se seveda prepletajo in povezujejo. Njegova vloga politika je nekakšna rdeča nit vseh teh in drugih funkcij, ki jih opravlja na predsedniškem položaju.

4.3 Predsednikov program

Predstavljajte si, da ste tri ali štiri leta v igri za predsednika, da v tem času dajete iste govore znova in znova. Niste imeli časa, da bi študirali probleme v globino. Da bi dosegli večji del televizijskega občinstva, morate izražati svoje ideje v dokaj enostavnih sloganih. Vaši najpomembnejši svetovalci so politični pripomoček, ne specialisti za zakonodajo. Zmagaš. Nastopiš na inauguraciji. Zdaj moraš biti predsednik, ne, da samo govoriš o tem in onem. Zapolniti je treba na stotine položajev, osebno pa poznaš le nekaj kandidatov. Kongresu moraš v dveh tednih po prisegi poslati nagovor/poročilo o razmerah v državi (*State of the Union*) Povsem možno je, da nikoli nisi bral, kaj šele pisal takega sporočila. Predložiti moraš nov proračun; stari je dolg sto strani, večinoma razumljiv le ekspertom. Tuje vlade, kot tudi delniški trgi, se obešajo na vsako tvojo besedo ter si tvoje komentarje interpretirajo na načine, ki te bodo popolnoma presenetili (Wilson 1986, 344).

Kaj storiti? Ustava ni v veliko pomoč. Dirigira ti, da obveščaš o *state of the union* in da predlagaš takšne ukrepe, ki se ti zdijo potrebni in primerni. Preko tega moraš paziti, da bodo zakoni zvesto izvršeni. Obstajata dva bistvena načina za razvoj programa. Prvi, ki ga je ponazoril predsednik Carter je, da imaš program glede vsega. Za to moraš delati veliko ur, naštudirati neskončno veliko dokumentov, ter nato izraziti stališča glede različnih problematik. Drugi način, ki ga je ilustriral predsednik Raegan je, da se skoncentriraš na tri ali štiri pobude ali teme, vse ostalo pa prepustiš podrejenim. Za uspeh drugega načina mora predsednik presoditi podporo v Kongresu ter v javnosti (Wilson 1986, 244–5).

4.4 Predsednik in mediji

Kar predsednik reče ali naredi so novice, pokrite do potankosti s strani tiska in televizijskih reporterjev, ter posredovane v vsako ameriško gospodinjstvo vsak dan. Mediji dajejo predsedniku priložnost, da gradi podporo za svojo agendo med člani kongresa in v javnosti (Heineman in drugi 1995, 189).

Odnos med predsednikom in mediji je posledičen. Washington je seveda center ameriške vlade in domovanje nacionalne politične elite – ter posledično center za novinarje. Čeravno se novinarji v Washingtonu le redko omejujejo zgolj na predsednika, je Bela hiša ves čas pod drobnogledom, delno zaradi tega, ker gre za najpomembnejšo funkcijo v državi, delno pa, ker so predsednikova dejanja zelo vidna in se iz njih lahko ustvari fokusirane zgodbe (Ladd 1993, 407).

Kontrast med tem, kako mediji tretirajo kongres in predsednika demonstrira zgornjo trditev. Zakonodajna in izvršilna veja sta v ameriški konstitucionalni shemi enako pomembna, kot tudi praktična uporaba politične moči. Predsednik je ena oseba, kongres je 535 oseb. Iz izhodišča medijev, je poročanje o zadevah v kongresu veliko težje – zaradi števila in ker je zgodba navadno manj fokusirana. Rezultat tega je, da je na predsedniku nesorazmerna pozornost (Ladd 1993, 407–8).

Odnos med novinarstvom in politiko je dvosmerna ulica: medtem, ko politiki izkoristijo medije kar najbolje v svojo korist, mediji v povračilo uporabljajo politiko in politike kot način zabavanja in informiranja občinstva. Množični mediji niso zgolj ogledalo realnosti ali kurir, ki nosi novice. Selekcioniranje, urejanje in poudarjanje so neizogibni (Wilson 1986, 245).

Theodor Roosevelt je bil prvi, ki je povzročil ogorčenje v medijih, ker je iskal načine, kako "upravljati z novicami" (*managing the news*). Vsi predsedniki poizkušajo upravljati z novicami in vsi so pri tem do določene mere uspešni. Ne računajo pa na to, da je zakonski način

upravljanja z novicami s strani Bele hiše neizbežen, in da človeška narava, takšna kot je, povzroča, da predsednik upogne te zakone v svojo korist. Mediji prav tako ne bi bili veseli, če bi Bela hiša prenehala s poskusi po upravljanju novic, in bodisi odprla dvorec za vse, ali pa ga popolnoma zaprla in novinarjem naročila, naj pridobijo dejstva kjer jih pač lahko. Sposobnost kontrolirati ritem novic je najbolj potentno orožje, ki ga ima lahko manipulator z novicami (Reedy v Wool 1996, 302–3).

Celo nekultiviranemu občinstvu je jasno, da novinarji ne nasprotujejo novičarskemu managementu *per se*, ampak takemu, ki njihova profesionalna življenja zakomplicira. Kakršnakoli že je situacija v Washingtonu, se od daleč zdi, da problem izhaja iz nesporazuma glede kontrole v medijih – bodisi v korist predsednika, bodisi medijev. V takih situacijah Američani navadno stopijo na stran predsednika. Seveda v kolikor je predsednik ujet na očitni laži – ki zadeva nekaj, kar je za javnost še posebej pereče –, se bo javnost mobilizirala proti njemu zelo hitro. Številni očitki o upravljanju novic pa so usmerjeni kot trditve, ki jih Američani ne razumejo kot popolne laži. Američani so se že tako privadili na pretiravanje in zavajajoča dejstva, ki se prodajajo, da se pretiravanje o Beli hiši zdi že kar naravno (Reedy v Wool 1996, 303).

Obstaja seveda tudi druga stran kovanca. Kljub temu, da predsednik ves čas poskuša upravljati z novicami – in še prepogosto uspe –, obstaja realen dvom, ali jim manipulacija sploh kako koristi. Predsednik je čudna institucija. Nosilec funkcije mora sprejeti neskončen seznam odgovornosti in delovati pri nenehnih problemih. Prvič, predsednik lahko tempira javne nastope, ne more pa dejanj. On je ZDA in vse kar vpliva na ZDA, mora izzvati njegov odziv. Reagirati mora na mednarodne krize, domače katastrofe, nezaposlenost, inflacijo; če se odloči, da ne reagira na katero od teh tematik, bo njegova pasivnost glavna tema javnih medijev. Drugič, predsednik lahko zadrži svoje misli zase, ne more pa ravnati na načine brez, da bi povzročil valovanje preko skupnosti v Washingtonu (Reedy v Wool 1996, 303).

Vsi verjamejo, da imajo mediji močan vpliv – na boljše ali slabše – na politiko. Na žalost zelo malo akademskega materiala lahko dokaže ali izmeri ta efekt. Med volilno kampanjo je volivec bombardiran z vseh strani – družine, prijateljev, interesnih skupin, kandidatov, spominov in zvestobe –, kot tudi radia, televizije in tiska. Bilo bi presenetljivo, če bi bil učinek medijev v teh okoliščinah zelo očiten. Na kratek rok televizija in radio trpita zaradi procesa, imenovanega selektivna pozornost (*selective attention*), kjer državljan vidi zgolj tisto, kar želi, ter procesa mentalnega izklopa (*mental tune-out*), kjer državljan enostavno ignorira ali pa se zdrzne ob sporočilih, ki niso v skladu z njegovimi obstoječimi prepričanji. Radio in televizija lahko

pomagata krepiti obstoječa prepričanje, ni pa povsem jasno, če ga lahko tudi spreminjata (Wilson 1986, 352).

4.5 Predsednikov karakter ter moč prepričevanja in reči ne

Ko državljan voli predsednika, na nek način naredi napoved. Izmed kandidatov izbere enega, za katerega meni (ali čuti, ali ugiba), da bi bil najboljši predsednik. Operira v situaciji velike negotovosti. Če ima dolgo volilno zgodovino, se lahko znova in znova spominja časov, ko je ugibal narobe. Posluša moderatorje in komentatorje, politike, prijatelje in vse skupaj surovo združi v svoj glas (Barber v Wool 1996, 291).

Predsednikovanje je veliko več kot institucija. Je fokus občutkov. Večina Američanov ne ve skoraj nič o tem kaj počne Kongres in jih ne bi moglo zanimati manj. Predsednik je drugačen, saj je fokus najbolj močnih in persistentnih emocij v ameriški politiki, je simbolni vodja in figura, ki skupaj vleče upe in strahove ljudi glede politične prihodnosti. Predsednik je prva politična figura, ki se je otroci zavejo (Barber v Wool 1996, 292).

Njegov karakter je (Barber v Wool 1996, 294):

1. pomemben oblikovalec njegovega odnosa do zadev, ki niso trivialne,
2. vzorčast - njegova osebnost, pogled na svet in stil se združujejo v dinamičen paket, razumljiv v psiholoških pojmovanjih,
3. v interakciji s situacijami moči in 'klimo pričakovanj', dominantno v času njegove službe,
4. najlažje razumljen skozi prizmo njegovega zgodnjega življenja, ki je dosegel višek z neodvisnim političnim uspehom.

Pomanjkljive ustavne moči, ki so podeljene predsedniku, skupaj s pomanjkanjem zagotavljenе večine v Kongresu pomenijo, da se mora zelo zanašati na moč prepričevanja, da bi kaj dosegel. Tu mu Ustava da nekaj prednosti: on in podpredsednik sta edina uradnika, izvoljena s strani celotnega naroda, predsednik pa je tudi ceremonialni vladar in predsednik vlade. Predsednik mora uporabiti svoje volilno telo in ceremonialne dolžnosti, da bi povečal svojo moč, to pa mora storiti hitro; druga polovica mandata bo namreč namenjena bitki za ponovno izvolitev (Wilson 1986, 336).

Ustava daje predsedniku moč veta na zakonodajo. Poleg tega si večina predsednikov priznava pravico do zadržanja informacij, ki bi jih iz njega morda želel izvleči Kongres. Če predsednik

nasprotuje zakonu, lahko vloži veto sporočilo ali pa žepni veto (*pocket veto*) (Wilson 1986, 341–2).

4.6 Dvojno predsednikovanje – domače in tuje

ZDA imajo enega predsednika, ki pa ima dve predsedništvi – eno za domače zadeve in drugo, ki se ukvarja z obrambo in zunanjo politiko. Od druge svetovne vojne dalje so imeli predsedniki veliko več uspeha pri kontroliranju nacionalne obrambe in v zunanji politiki. Predsednikova običajna težava z domačimi politikami je, da mora dobiti podporo Kongresa za uveljavitev programov, ki jih podpira. V kontrastu v zunanjih zadevah lahko skoraj vedno računa na pomoč pri politikah, za katere meni, da bodo varovale nacijo (Wildavsky v Wool 1996, 305–6).

4.7 Kolikšna je krivda predsednika?

Adlai Stevenson je dejal: "Američani izberejo predsednika vsaka štiri leta in ga nato trgajo na koščke naslednja štiri." V času vojn in ekonomskih kriz lahko vodijo agresivno politiko, v splošnem pa si želijo predsednika, ki bo predsedoval in združeval. Poleg tega naslavlja predsednika s številnimi paradoksalnimi in kontradiktornimi pričakovanji, kar pomeni, da predsednik težko ohranja priljubljenost daljši čas. Treba si je priznati: Američani so obupni privrženci. Občudujejo moč in se je bojijo. Radi preložijo odgovornost na voditelje, po drugi strani neradi vidijo, da se jim ukazuje. Proslavljajo posameznika in njegovo idejo, da lahko en človek naredi razliko, pa vendar inherentno sumijo vsakega, ki mu uspe priti na vrh – zlasti velikih institucij. Alexis de Tocqueville je mislil dobro, ko je pisal da Američani včasih hrepenijo po vodstvu, prav tako pa želijo biti svobodni in da se jih pusti pri miru, da imajo radi svojo državo in so veliki patrioti, da občudujejo individualizem nad kolektivizmom in osebno svobodo nad pravili države. Eden izmed persistentnih paradoksov predsednikovanja je, da je po eni strani vedno premočen in po drugi prešibak. Premočen, ker v številnih pogledih predstavlja nasprotje idealom vladavine ljudstva in decentralizacije moči, prešibak, ker redko drži svoje obljube (predvsem glede zdravstva) (Cronin v Wool 1996, 330).

5 "DVOSTRANKARSTVO"

Številni avtorji ugotavljajo, da dvostrankarski sistem uničuje Ameriko. Demokrati in republikanci so v srditem boju in ljudje so ujeti na sredini. Privrženci na obeh straneh so tako jezni, da komaj govorijo med sabo, kaj šele delajo skupaj. Najbolj ekstremni so prepričani, da so člani druge stranke izdajalski in namerno škodujejo ljudstvu. To ni zgolj percepcija: Pew Research raziskava je pokazala, da 36 % republikancev meni, da liberalne politike predstavljajo "grožnjo nacionalni blaginji". 27 % demokratov je menilo enako o republikancih (Coblentz 2016, 28. januar).

Evolucija volitev 2016 je pokazala, da se bosta morali obe največji stranki spopasti z motnjami, ki so jih povzročili neodvisni volivci. Ta cikel bo verjetno pospešil lokalni in zvezen uspeh neodvisnih volivcev – dogodki, ki so vsekakor dobri za našo demokracijo (Dowd 2016, 28. april).

5.1 Narava strank

Definiranje narave stranke je izmuzljiva zadeva. Klasično ideološko orientirano definicijo je prvi ponudil Edmund Burke: "Stranka je telo povezanih ljudi, ki v svojih združenih prizadevanjih oskrbuje nacionalne interese po nekem praktičnem postopku, za katerega so se vsi dogovorili." Bolj skladno definicijo s kontekstom moderne ameriške in zahodne demokracije, ponuja Leon D. Epstein: "Gre za vsako skupino, še tako razpršeno organizirano, s ciljem izvoliti vladne uradnike pod določeno označbo" (Bibby in Schaffner 2008, 4).

Stranke v ZDA imajo tri komponente, vsaka od njih igra pomembno vlogo (Heineman in drugi 1995, 88):

- Stranka v volilnem telesu (*Party in Electorate*) – znotraj volilnega telesa je stranka sestavljena iz ljudi, ki se identificirajo z eno od obeh strank, ter imajo do nje občutek pripadnosti. V odnosu do stranke delujejo dokaj pasivno, njihovo strankarsko delo pa je redko bolj naporno od voljenja njihovih kandidatov.
- Strankarska organizacija (*Party Organization*) – gre za formalno strankarsko organizacijo.
- Stranka v vladi (*The Party in Government*) – v vladi je stranka sestavljena iz kandidatov, ki so zmagali volitve pod znamko njihove stranke. Glavna primera na nacionalni ravni sta predsednik in člani Kongresa. Ti izvoljeni uradniki so v splošnem najbolj vidni govorci svoje stranke.

5.2 Organizacija strank

Ameriška politična strankarska organizacija je generalno gledano bolj kadrovska stranka (*cadre party*), kot pa stranka masovnega članstva (*mass membership*). *Cadre* stranke so karakterizirane s strani nekaj voditeljev in aktivistov, ki organizacijo ohranjajo pri življenju, rekrutirajo kandidate, iščejo vzode za vplivanje na imenovanja, in vodijo kampanjo za te imenovane. Stranka je najbolj aktivna med obdobjem volitev. Organizirana je tako, da izpelje svojo primarno nalogo – zmago na volitvah (Bibby in Schaffner 2008, 85).

5.2.1 Nacionalni komite (*The National Committee*)

Tradicionalno so nacionalni komiteji strank citirani kot klasičen primer decentralizirane karakterja ameriških strank. Ta telesa, sestavljena iz delegatov svojih zveznih strank, so bila ustanovljena že okrog 1850, da bi služila kot vmesen agent na strankarskih konvencijah. Šele v času predsednikovanja Williama Hayesa je Nacionalni odbor republikanske stranke (RNC) vzpostavil sedež in plačo za poln delovni čas. Nacionalni odbor demokratske stranke (DNC) je temu vzoru sledil šele leta 1928 (Bibby in Schaffner 2008, 88).

Nacionalni odbor demokratske stranke ZDA se opredeljuje kot komite, ki planira strankarsko konvencijo na kateri imenuje predsednika, poleg tega pa promovira demokratsko platformo, ki vsebuje temeljne principe v srcu same stranke in katere podrobnosti so zapisane v Ustanovni listini ter lokalnih predpisih (*Charter and Bylaws*). DNC prav tako zbira denar, najema osebje ter koordinira strategijo v podporo kandidatom po državi – za lokalno, zvezno in nacionalno pisarno. Komite prav tako sodeluje s številnimi volilnimi okrožji širom dežele, z namenom zadovoljitve potreb in pogledov demokratov (DNC Official Website).

Nacionalni odbor republikanske stranke ZDA se opredeljuje zelo podobno, s to razliko, da so podrobnosti in pravila zapisane v Pravilih stranke (*Rules of the Party*) (GOP Official Website).

5.3 Funkcije strank

Politične stranke imajo tradicionalno gledano osem funkcij (Ashbee in Ashford 1999, 9–10):

- Imajo funkciji imenovanja in novačenja (*nomination and recruitment*). V ospredje rinejo kandidate za javno službo ter ponujajo edino varno pot posameznikom, ki iščejo politično napredovanje.
- Imajo funkcije kampanje ter dviganja sredstev (*campaigning and fund-raising*). Usmerjajo in organizirajo volilne kampanje v imenu kandidatov.
- Imajo funkcijo komunikacije (*communication*). Zagotavljajo kanal med državljanom in procesom sprejemanja odločitev.

- Imajo funkcijo mobilizacije (*mobilisation*). Aktivisti tradicionalno poskrbijo, da strankini tradicionalni *grass-root* podporniki oddajo svoj glas.
- Imajo vključevalno in posredniško funkcijo (*integration and brokerage*). Združujejo raznolike politične poglede in jih spreminjajo v nekakšno fuzijo, ki je platforma stranke.
- Imajo koordinacijsko funkcijo (*coordination*). Brez strank bi bila zakonodaja toga, nefleksibilna, celo anarhistična.
- Imajo razvojno in politično funkcijo (*development and policy*). S strani procesa volilne tekme so primorane ustvarjati nove predloge in politična mnenja, znotraj ogrodja, sestavljenega iz njihovih temeljnih vrednot.
- Stranke ponujajo osnovo za politično identifikacijo. To poenostavlja volilni proces in ga naredi dostopnega tudi tistim, ki imajo omejeno politično znanje.

6 VOLILNI PROCES IN VOLITVE 2016

6.1 Volilni proces

Zadnjih 163 let je bil predsednik ZDA vedno demokrat ali republikanec. Noben kandidat tretje stranke ni prišel niti blizu predsedniškega položaja. Razlog za to, da so v ZDA "obtičale" v tem dvostrankarskem sistemu je v načinu, na katerega deluje sistem kongresnih in predsedniških volitev. Ameriški večinski sistem – prvi preko ciljne črte (*first past the post*, krajšano *FPTP*) – pomeni, da ima vsaka država določeno število elektorjev, kjer tisti, ki prejme večino, dobi vse. Ker ni nagrade za drugo mesto je le malo iniciative, da bi se ustvarilo ali podprlo stranko, ki bi dobila nekaj glasov, ampak ne večine. Sčasoma sistem spodbuja dominanco dveh velikih političnih strank. ZDA so le ena izmed redkih držav, ki uporablja FPTP sistem (McDonald 2016, 28. julij).

Ko volivci znotraj zveznih držav odidejo na volišča in oddajo svoje glasove za predsedniškega kandidata, v bistvu glasujejo za predsedniške elektorje, ki pozneje dajo državne elektorske glasove predsedniku. Volitve v Ameriki niso direktno glasovanje, pač pa indirekten volilni proces, v katerem volivci izberejo elektorje, ki nato izberejo predsednika. Vsaka država ima določeno razporeditev elektorskih glasov glede na svoje reprezentacijo v Kongresu. Število elektorskih glasov je vsaki zvezni državi dodeljeno glede na število senatorjev in predstavnikov – Kalifornija ima tako z dvema senatorjema in 53 predstavniki 55 elektorjev; Vermont z dvema senatorjema in enim predstavnikom pa recimo tri. V vsaki zvezni državi z izjemo distrikta Maine in Nebraske deluje po sistemu zmagovalec dobi vse (*winner-take-all*). Kandidat, ki osvoji večino v zvezni državi tako dobi vse elektorske glasove, ne glede na to, kako tesen je rezultat (Bibby in Shaffner 2008, 274–5).

6.2 Predhodne volitve 2016

Za republikansko nominacijo je bilo potrebnih 1.237 delegatov od skupnih 2.472. Na strani republikancev so se za nominacijo potegovali sledeči kandidati: Ted Cruz, Jeb Bush, Ben Carson, Chris Christie, Carly Fiorina, Jim Gilmore, Lindsey Graham, Mike Huckabee, Bobby Jindal, John Kasich, George Pataki, Rand Paul, Rick Perry, Marco Rubio, Rick Santorum, Donald Trump in Scott Walker.

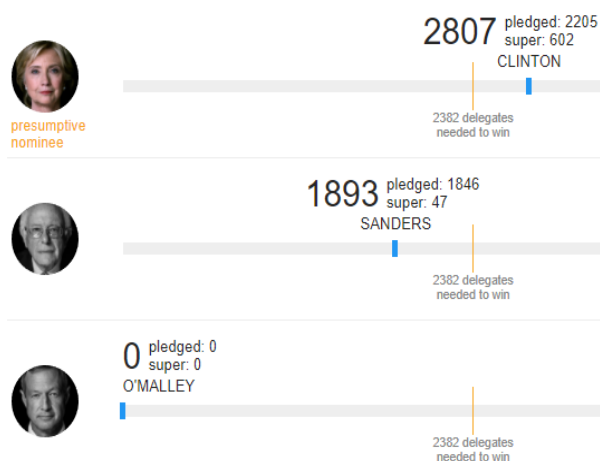
Za demokratsko nominacijo je bilo potrebnih 2.382 delegatov od skupnih 4.763. Na strani demokratov so se za nominacijo potegovali: Hillary Clinton, Bernie Sanders, Martin O'Malley, Lincoln Chafee, Jim Webb ter Lawrence Lessig.

Na strani republikancev se je za zmago v primarnih volitvah potegovalo največ kandidatov v zgodovini. Jim Gilmore je z naznanitvijo kandidature postal sedemnajsti kandidat na strani republikancev (Linshi 2015).

Na primarnih demokratskih in republikanskih volitvah je glasovalo več kot 57,6 milijona ljudi ali 28,5 % volilnih upravičencev. GOP je zaznal največjo udeležbo na primarnih volitvah po letu 1980 – 14,8 % v primerjavi z 11 % leta 2008 ter 9,8 % leta 2012. Udeležba je znatno padla po tem, ko je 3. maja Donald Trump zmagal v Indiani, preostala protikandidata pa sta izstopila iz dirke. Udeležba na prvih 29 GOP primarnih volitvah – vključujoč Indiano – je bila v povprečju 16,6 %. Povprečna udeležba v zadnjih devetih zveznih državah po tem, ko je Trump postal verjeten republikanski nominiranec, je znašala zgolj 8,4 % (Desilver 2016).

Nasprotno je razgreta bitka med Hillary Clinton in Berniejem Sandersom demokratske volivce zaposlovala dalj časa. Manj kot dan preden so se izvedle primarne volitve v zadnjih petih zveznih državah, je po poročanju Associated Press, Clintonoma osvojila nominacijo. Skupna udeležba demokratov je znašala 14,4 %, kar je daleč pod rekordom 19,5 % iz leta 2008 – še vedno pa je bila druga najvišja po letu 1988 (Desilver 2016).

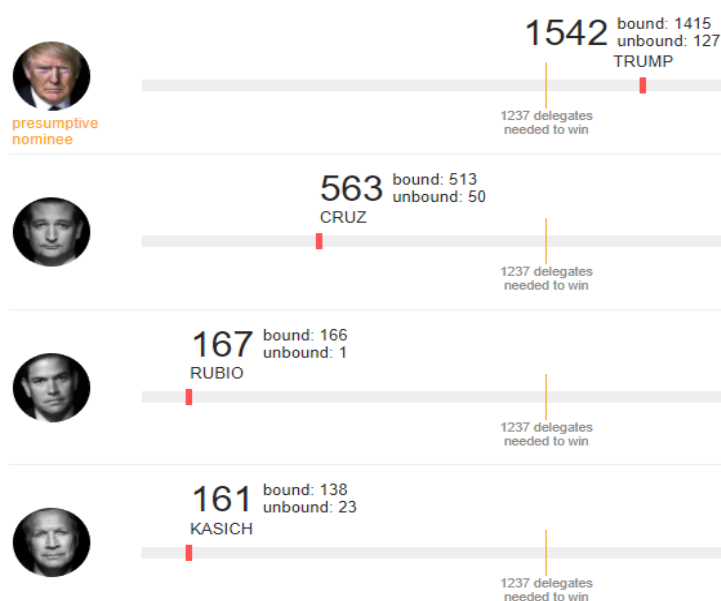
Tabela 6.1 Uradni rezultati demokratskih predhodnih volitev 2016



Vir: CNN News (2016).

Iz tabele je razvidno, da je Hillary Clinton z veliko pomočjo super delegatov osvojila demokratsko nominacijo.

Tabela 6.2 Uradni rezultati republikanskih predhodnih volitev 2016



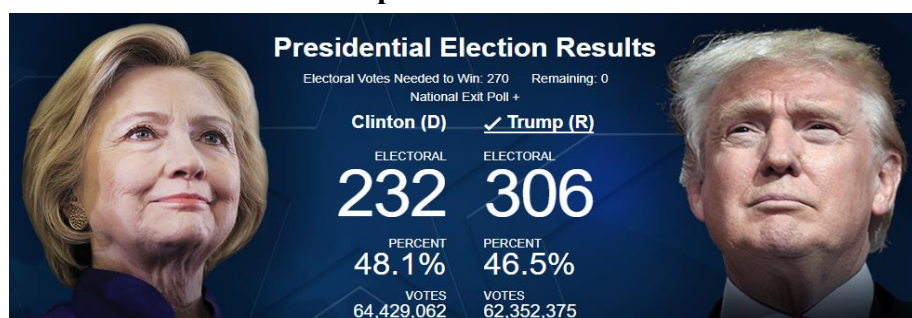
Vir: CNN News (2016).

Iz tabele je razvidno, da je Donald Trump zmagal prepričljivo. Republikanci super delegatov sicer nimajo.

6.3 Splošne volitve 2016

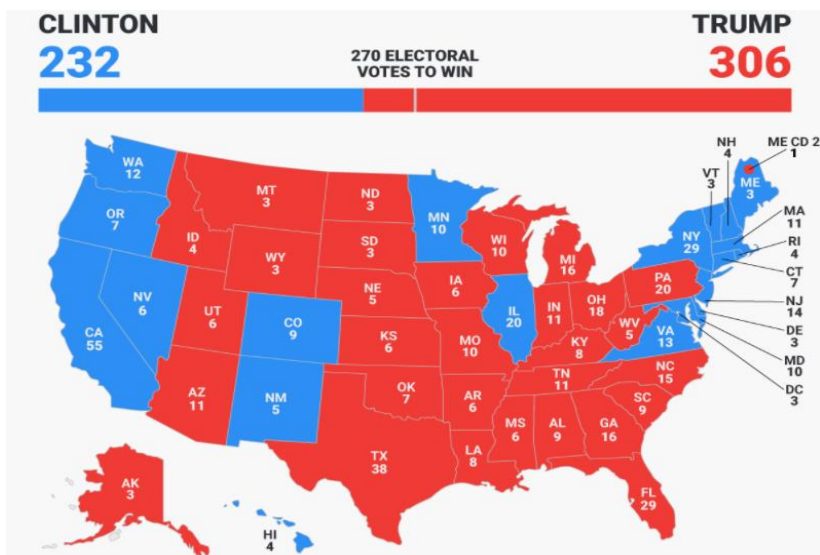
Zmagovalec ameriških predsedniških volitev 2016 je postal Donald Trump, kljub temu, da je Clintonova dobila skoraj tri milijone več glasov. Trump je zmagal v 30 zveznih državah in tako osvojil 306 elektorskih glasov, kar je 57 % od 538 razpoložljivih. Ključna je bila zmaga v štirih tradicionalno odločilnih državah (*swing states*) v Floridi, Severni Carolini, Ohiu in Iowi, kot tudi v treh tradicionalno modrih državah (*blue wall*) v Michiganu, Pensilvaniji in Wisconsinu, ki niso podprle republikanskega predsedniškega kandidata desetletja. Zmaga Trumpa je bila v skoraj vseh medijih in anketah mišljena kot nemogoča. Trump je tako postal šele peti predsednik v zgodovini, ki je sicer izgubil *popular vote*.

Slika 6.1 Uradni rezultati splošnih volitev v ZDA 2016



Vir: CBS News (2016).

Slika 6.2 Elektorski zemljevid splošnih predsedniških volitev ZDA 2016



Vir: BusinessInsider (2016).

6.3.1 Exit polls

Hillary Clinton je zmagala v večini demografskih skupin. Te vključujejo (Washington Post 2016):

- črnske ženske z univerzitetno izobrazbo
- črnske ženske brez univerzitetne izobrazbe
- črnški moški z univerzitetno izobrazbo
- črnški moški brez univerzitetne izobrazbe
- latinskoameriške ženske z univerzitetno izobrazbo
- latinskoameriške ženske brez univerzitetne izobrazbe
- latinskoameriški moški z univerzitetno izobrazbo
- latinskoameriški moški brez univerzitetne izobrazbe
- nebele ženske z univerzitetno izobrazbo
- nebele ženske brez univerzitetne izobrazbe
- nebele moški z univerzitetno izobrazbo
- nebele moški brez univerzitetne izobrazbe
- bele ženske z univerzitetno izobrazbo

Donald Trump je zmagal v sledečih demografskih skupinah (Washington Post 2016):

- bele ženske brez univerzitetne izobrazbe
- beli moški z univerzitetno izobrazbo
- beli moški brez univerzitetne izobrazbe

Vse rase z izjemo belcev so v povprečju bolj podprle Hillary Clinton. Clintonova je v povprečju dobila več glasov v starostni skupini od 18 do 44 let, medtem ko je bil Trump v povprečju uspešnejši v skupini od 45 let naprej. Pri spolu je Clintonova zmagala med ženskami, Trump pa med moškimi. Pri strankarski opredeljenosti sta oba kandidata močno zmagala v svojih strankah, medtem ko so neodvisni volivci nekoliko bolj podprli Trumpa. Pri religiji so Trumpa v povprečju bolj podprli protestantje, katoliki in ostali kristjani, Clintonovo pa judje, ateisti, agnostiki in vsi ostali. Pri problematikah je Clintonova zmagala v ekonomiji in zunanji politiki, Trump pa terorizmu in imigracijah. Pri kvalitetah je Clintonova močno zmagala na področju izkušenj, primernih za pisarno in v razsodnosti, tesneje pa je zmagala pri skrbi za ljudi. Trump je močno zmagal na vprašanju, da lahko prinese spremembe (Washington Post 2016).

6.4 Trumpove predvolilne obljube

Na uradni spletni strani Donalda Trumpa je zapisano: "Ameriko bomo zopet naredili močno. Ameriko bomo zopet naredili ponosno. Ameriko bomo zopet naredili varno. Ameriko bomo zopet naredili veliko!" Predsednik Trump dela trdo za implementacijo "America First" platforme, znižanje davkov, odpravo in zamenjavo Obamacare, odpravo zadušljivih regulacij, varovanje meja, ohranjanje delovnih mest v državi, oskrbo vojnih veteranov, krepitev vojske in organov kazenskega pregona, ponovno pogajanje o trgovinskih sporazumih ter ustvaritev vlade s strani ljudi in za ljudi (Donald Trump Official Website 2016).

Donald Trump je v svoji kampanji, tako kot predsedniški kandidati pred njim, nanizal veliko političnih obljub. Razlika njegovih obljub od obljub predhodnikov je bila v kontroverzni in ekstremni naravi le-teh. Posebnost je bilo spreminjanje mnenj (*flip-flopping*), saj je nekatere stance do problemov spremenil dobesedno "čez noč". Med najbolj pomembne, medijsko izpostavljene in največkrat ponovljene štejemo naslednje (Qiu 2016):

1. Gradnja zidu na meji z Mehiko, ki ga bo tudi financirala.

Trump je svojo kandidaturo naznanil z obljubo o gradnji velikega zidu na južni ameriški meji, katerega bo financirala Mehika. To je ponavljal konsistentno in prepričljivo. Celotni njegovi podporniki so izrazili skepticizem, ali bo dejansko prišlo do implementacije te obljube. Gradnja zidu bi bila namreč zelo draga in vprašanje je, če bo Mehika dejansko pripravljena plačati zanj.

2. Začasna prepoved vstopa muslimanom v ZDA.

Po strelskem pohodu decembra 2015 v mestu San Bernardino se je Trump zavzel za popolno prepoved vstopa muslimanom v ZDA, dokler država ne ugotovi kaj se dogaja.

Akademiki so glede tega, ali bi prepoved vstopa vseh ljudi v državo na podlagi vere bilo neskladno z ustavo, bili razdeljeni. V začetku maja 2016 je Trump za New York Times dejal, da bo prepoved začela veljati v prvih sto dneh njegovega predsednikovanja. Nekaj dni pozneje je za Fox News Radio dejal, da je bil to zgolj predlog. Mesec dni pozneje se je ponovno zavzel za prepoved. Obljubo je preuredil tako, da bi prepoved veljala le za imigrante, ki prihajajo iz držav, ki so povezane z islamskim terorizmom.

3. Pripeljati proizvodno delo nazaj v ZDA.

Dejal je, da bo največji predsednik za dela, kar jih je Bog kdaj ustvaril. Obljubljal je odhod ZDA in TPP ter ponovno pogajanje glede članstva v NAFTA, za to, da bi bili ameriški delavci na boljšem. Strokovnjaki so bili mnenja, da mu ne bo uspelo vrniti štirih milijonov delovnih mest, ki so se začela izgubljati vse od leta 1940. Hudič te obljube je v podrobnostih, ki jih Trump v svojih politikah in govorih ni nikoli omenjal.

4. Uvajanje tarif na izdelke, proizvedene na Kitajskem in v Mehiki.

Strokovnjaki so bili mnenja, da bi bilo to mogoče, a za veliko ceno. Vodilo bi namreč v trgovinsko vojno in Ameriko stalo tisoče delovnih mest. Ta obljuba bi bila tudi v nasprotju z mednarodnimi trgovinskimi sporazumi, izhoda iz WTO pa namreč ni obljubljal.

5. Ponovno pogajanje o članstvu v NAFTA in TPP ali celo izhod iz njega.

Trump je bil v svojih govorih zelo kritičen do teh dveh sporazumov, ki jih je pripisal Clintonovi ter povezal s preteklimi in prihodnjimi izgubami delovnih mest. Za kaj takega bi sicer imel avtoriteto, vendar je vprašanje, če bi tako dejanje povečalo delovna mesta. Tak pritisk namreč deluje v obe smeri.

6. Popolno odpravo Obamove zdravstvene reforme, in zamenjavo le-te z alternativno.

Ideja je bila vedno zelo popularna med republikanci, vendar bi za implementacijo le-te bila potrebna večina v kongresu.

7. Ponovno pogajanje o dogovoru z Iranom.

Iran je sicer večkrat poudaril, da o čem takem ni debate.

8. Ohraniti socialno podporo tako, kot je.

Trump je večkrat ponovil, da so volivci zadovoljni s socialo tako, kot je. Za razliko od večine protikandidatov je obljubil, da bo upokojitveno starost pustil tako, kot je. Celo Paul Ryan je dejal, da republikanec ob takem stališču nima možnosti za zmago, ko demokrati obljublajo, da bo ostala nespremenjena, z določenimi izboljšavami.

9. Znižanje davkov.

Po njegovem predlogu, bi najbogatejši 0,1 % ljudi dobil več davčnih olajšav, kot najrevnejših 60 % davkoplačevalcev skupaj. Celo ob upoštevanju ekonomske rasti bi tak načrt državo v naslednjem desetletju zadolžil za vsaj 10 trilijonov dolarjev.

10. Uničenje in/ali odvzete nafte Islamski državi.

Trump je za Washington Post dejal, da bi to dosegel tako, da bi z nafto bogata območja branil s kopenskimi silami, ni pa želel povedati koliko bi jih bilo.

Trump je med drugim vedno znova izpostavljala smotrnost Nata in ga oklical za nepotrebnega, deportacijo vseh nezakonitih imigrantov, odstop od pariškega podnebne sporazuma in umik vojakov iz Afganistana. Nasploh se je zavzemal za politiko nevmešavanja v druge države, dejal je, naj "vsaka rešuje svoje probleme sama, ali pa naj Ameriki plača več". Namesto, da so ZDA svetovni policaj, bi morale vlagati v "obnovo domače infrastrukture, ki je v katastrofalnem stanju." Zanimivo, Trump je ves čas tudi zagovarjal pomembnost dobrega odnosa z Rusijo in njenim premierjem (BBC 2017).

6.5 Trumpova retorika

Kar se tiče vrednosti nejasnosti Trumpovih obljub je stvar sledeča. Trumpova privlačnost ni zakoreninjena v tistem, kar reče da bo naredil – ampak v retoriki sami. Zid in prepoved vstopa muslimanom sta denimo nerealistični obljubi. Ampak obe obljubi sta dali Trumpu zalet in ga ohranjali pri življenju. Dokler imajo beli proizvodni delavci (*blue collars*) brez univerzitetne izobrazbe radi ton teh obljub, jih bo Trump ponavljala. Nekatere Trumpove stance so v bistvu zelo podobne Clintonovim, kot na primer ohranitev socialne take, kot je, ter skepticizem do trgovinske menjave. Trumpovo pomanjkanje podrobnosti v obljubah in pomanjkanje trdnih stališč je lahko prednost (Qiu 2016).

Michael Tomz in Robert Van Houweling v svoji študiji ugotavljata, da volivci navadno ne kaznujejo kandidatov, če so ti nejasni. V bistvu imajo raje kandidate, ki so nejasni, kot pa tiste, ki trdno stojijo za svojimi stališči. Razlog za to je v tem, da nejasnost volivcem dovoljuje, da v članih njihove stranke "vidijo tisto, kar hočejo videti" (Qiu 2016).

Sam Leith za The Guardian navede tri posebnosti Trumpove retorike (Leith 2017).

1. Uporablja dokaj majhen, osnoven besednjak. Na prvi pogled ne izgleda, da gre za zavestno strategijo, vendar deluje, četudi bi bila.
2. Njegova sintaksa, črkovanje in interpunkcija so – v konvencionalnih pojmih – katastrofa. V svojih *tweetih* je nagnjen k pokvarjenim stavkom, kričečemu pisanju z

veliko začetnico, napačnemu črkovanju in malapropizmom, ter navedkom, uporabljenim za poudarek neglagolskih eksklamacij. V govorih je nagnjen k povedim, katerih besede niso v primernem vrstnem redu ter refleksivno repetitijo.

3. Delovni konji njegove retorike so nabiti in prazni pridevniki ter prislovi. Stvari so "great", "wonderful", "amazing", "the best", ali pa "crooked", "fake", "unfair", "failing". Radodarno stresa ojačevalce: "a very, very, very amazing man, a great, great developer".

Vse te kvalitete so del komunikacijske strategije. Preprost jezik doseže največja občinstva in je načeloma konotacija iskrenosti. Kratke besede, preprosta sintaksa in človeški pristop so bili od nekdaj zmagovalni adut predsednikov. George Bush se je pretvarjal, da je ruralen teksaški kavboj, Ronald Reagan je igral *gipperja*, Bill Clinton dobrega starega dečka. Ljudje ne zaupajo dobričinam in Obamova vpadljiva artikulacija ni bila vedno v njegov prid. Preproste ali odsotne gramatične strukture za občinstvo niso tok misli, ampak bolj naključen kolaž emocionalnih terminov, ki se za voljo poudarka ponavljajo. S Trumpovega govora odhajaš z občutkom, ne argumentom (Leith 2017).

Richard Wilson, profesor antropologije in prava je študiral jezik demagogov po vsem svetu. Pravi, da za populistične politike ni nenavadno, da uporabljajo tak stil. Uporabljajo neobičajne govorne vzorce in neslovnične fraze ter dolge pavze, kar te "povleče noter". Ko je bil srbski politik Vojislav Šešelj (ki ima sicer doktorat) v Haagu oproščen vojnih zločinov, je uporabljal polomljeno slovnico. Trump počne podobno. Po njegovem obstajata dva razloga, da je ta stil govora uspešen: populistični hočejo govoriti kot običajni ljudje, zato pogosto uporabljajo fraze, ki niso slovnične in se tako zdijo popularne. Uporabljajo jih tudi zato, da poslušalci poslušajo bolj pozorno. Ker je Trumpov stil tako nejasen, morajo občinstva za smiselno interpretacijo njegovih besed govoru namenjati večjo pozornost. Iz tega razloga so poslušalci lažje prepričani. Edward Schiappa, profesor retorike in medijev, pravi da preprostost Trumpovega jezika privlači ljudi. Njegovi govori so popularni med manj izobraženimi državljani, ki imajo raje preprostost. Trumpov stil daje tudi vtis, da je politika preprosta. Ljudje, ki nimajo želje po raziskovanju določenih tem, bodo stavke, kot so "build a wall", "bomb the hell out of them", "buy American" razumeli kot enostavno rešitev teh problematik (Goldhill 2017).

6.6 Napad na status quo

V intervjuju za Washington Post julija 2015 je bivši guverner Marylanda Martin O'Malley ovrigel trditev, da je Bernie Sanders "protesten kandidat". "Ne tečem za protestnega kandidata,

pač pa za predsednika ZDA". Ko je prejel 0,57 odstotkov glasov na *caucusu* v Iowi je izstopil iz bitke, Sanders, ki je bil v Iowi izenačen s Clintonovo, pa je nato z lahkoto dobil New Hampshire, in se tako zasidral kot resen kandidat za nominacijo. Tudi Trumpova kandidatura je bila tarča posmeha. Dva tedna po tem, ko je O'Malley ovrigel Sandersevo kandidaturo, je Huffington Post oznanil, da o Trumpu ne bodo poročali pod rubriko "politika", ampak "zabava". Šest mesecev pozneje je vodil v anketah, in Huffington Post je v zadregi pojasnil, da Trumpa premikajo nazaj v rubriko "politika". New York Times je zapisal, da je Trumpova koalicija osnovana okrog osebnosti in ne vsebine. Sandersov uspeh so pripisali njegovi avtentičnosti. Kolumna v Politico je mlade podpornike Sandersa povprašala po razlogu za obsesijo z njegovo avtentičnostjo. Del izprašanih je njegovo privlačnost poenotil z njegovim osebnim stilom. Sanders, 74-letni demokratski socialist, je izžareval strast in iskrenost, ki je Clintonova ni imela. Mladi niso bili pripravljene sprejeti statusa quo, zato je bil zmožen vzpostaviti čustveno vez z mladimi volivci. Trump je posedoval redko sposobnost ponavljanja enih in istih stvari enemu občinstvu za drugim, in hkrati občutek, da ima vedno znova s svojim občinstvom pogovor. Bil je nasprotje olesenelega stila, ki ga je imel Jeb Bush. Trumpova in Sandersova sporočila so bila vseč velikemu delu volivcev. Na levici in desnici sta tako Trump kot Sanders merila v neoliberalen konsenz, katerega so številni volivci identificirali kot sovražnega (Judis 2016).

Teorija, da bi Sanders premagal Trumpa - v kolikor bi zmagal demokratske volitve - se zdi zelo verjetna. Oba kandidata sta namreč predstavljala odmik od statusa quo, oba sta obljubljala prevetritev razmer v Washingtonu s to razliko, da je bil Sanders v svojih govorih in nastopih veliko bolj kulturn. Zaradi prostorske in časovne stiske pa obravnavanje te trditve ne bo del diplomske naloge.

7 VPLIV MEDIJEV NA VOLILNI IZZID

Najprej na kratko preglejmo paletu medsebojno prepletenih dejavnikov, ki so privedli do Trumpove zmage.

Imamo beli val volivcev. Trump je na svojo stran pridobil beli delavski razred, še posebej tiste brez univerzitetne izobrazbe. Ruralni volivci so se pojavili v velikem številu, Američani, ki so se počutili spregledane s strani esteblišmenta in zapuščene s strani obalne elite so tako dobili svoj glas. Trump je bil tudi kot teflon. Užalil je vojnega veterana McCaina. Zašel je v besedni obračun z Megyn Kelly iz Fox News. Ko so ga vprašali, zakaj se je posmehoval teži latinskoameriške zmagovalke lepotnega tekmovanja, je izjavo ponovil še enkrat. Ponudil je medlo opravičilo, ko je govoril o tem, kako okrog prstov vrti plehke ženske. Na vseh treh predsedniških debatah pa tudi v primarnih predsedniških debatah je uporabljal vzdevke in je bil brez dlake na jeziku. Nič ni bilo važno. Čeprav je ob večjih incidentih rahlo padel v anketah, je bilo njegovo odobravanje kot pluta, ki priplava na površje. Različne kontroverznosti so prišle tako močno in tako hitro, da ga niso mogle ustaviti. Škandali so se preprosto odbijali, bil je neprebojen. Tekmoval je proti demokratom in elitam v lastni stranki, ter jih premagal vse. Pometel je z ostalimi kandidati, za strankarske insiderje kot npr. Paul Ryan pa je dejal, da jih ne potrebuje. Tak značaj je nakazoval njegovo neodvisnost in podkrepil outsiderski status. Potem je tu še Comey, direktor FBI in njegova javljanja. Trump je zaupal svojim instinktom. Njegova kampanja je bila najbolj nekonvencionalna. Bolj kot na posamezna srečanja se je fokusiral na ogromna zborovanja. Imel je nekoherentno, včasih kaotično nacionalno politično konvencijo, ki jo je zaokrožil z govorom o temi in pogubi na inavguraciji – nekaj še nevidne ga. Clintonovo zapravljanje v kampanji je obrnil sebi v prid (Zurcher 2016).

Tako demokratom kot republikancem lahko odpustimo za šokantno zmago Trumpa. Malo strokovnjakov jo je napovedovalo, skoraj vsi so na obzorju videli veliko zmago Clintonove. Vendar pa s pomočjo preteklih zgodb lahko ugotovimo, da zmaga ni tako neverjetna. Prva ideja je, da po osmih letih ene stranke v Beli hiši obstaja domneva, da ima prednost druga, razen če je cela država tako srečna, da razmišlja na način *laissez les bon temps rouler* (let the good times roll)! V resnici ni tako. *Bring on the change* – to je začetna točka. Temu lahko sledi hierarhija potreb Maslowa. Maslow trdi, da vsi poskrbimo za predvidljiv set potreb v predvidljivem vrstnem redu. Najprej fizične potrebe – hrana in zavetišče – nato nadaljujemo preko varnosti, ljubezni, ugleda in končno pridemo do samo-realizacije. Maslowov uvid je, da v kolikor smo zaskrbljeni zaradi potrebe, ki je nižje na tem seznamu, to popolnoma zasenči potrebi, ki so višje. Če so ljudje zaskrbljeni zaradi služb in ekonomske varnosti ne bodo mogli resno razmišljati o

stvarih, ki so višje na seznamu – kot npr. ljubezen, ugled, samo-realizacija. Kaj to pomeni za Trumpa in Clintonovo? "*Make America Great Again*" nas spominja na našo ekonomsko negotovost, morda na našo politično negotovost, tako da stvari, ki zadevajo varnost povozijo ljubezen ali ugled. Na drugi strani "*Stronger Together*" paše na nivo ljubezni in ugleda. To je precej visoko na seznamu, tako da je to točka za Trumpa (Morgan 2016).

Nadalje, zgodba o maščevanju govori o junaku, katerega naloga je obnova stanja pravičnosti, poštene igre, blaginje ali redu. V tej luči je "*Make America Great Again*" zelo jedrnata zgodba maščevanja. V bistvu je briljantna. Govori, da je bila Amerika nekoč velika, da je nekaj kar smo izgubili, in da to nekaj lahko dobimo nazaj. "*Great*" implicira tako moč kot ekonomski uspeh, tako, da imamo zgodbo maščevanja usmerjeno na varnostni nivo. To je tako močno, da Clintonova ljubezenska zgodba nima možnosti. Dve točki za Trumpa (Morgan 2016).

7.1 Kratek zgodovinski oris razvoja medijev v ZDA

Mnenjske raziskave vse od leta 1930 naprej kažejo na veliko sovražnost javnosti proti medijem. Novembra 1969 je podpredsednik Spiro Agnew problem zasnoval kot nacionalno agendo. Dejal je, da ima "majhna, zaprta bratovščina privilegiranih ljudi, izvoljenih od nikogar" monopolno moč nad novicami, in da "pogledi večine v tej bratovščini ne – in to ponavljam – ne predstavlja pogledov Američanov". Številni po Agnewu so proti medijem uperili podobne obtožbe. Tako kot Agnew verjamejo, da imajo mediji, kontrolirani s strani elit, drugačne vrednote kot večina Američanov. Kritiki tako v kratkem trdijo, da so novice omadeževane s strani liberalne pristranskosti. Nasprotniki se ne strinjajo, in trdijo, da dokazov o tem ni veliko, poleg tega bi pristransko poročanje ogrozilo novinarjevo kariero. Trdijo, da je "liberalna pristranskost" mit, kot tudi, da imajo konservativci prav tako močno prezenco v medijih. Debata o medijski pristranskosti se še bolj zakomplicira zaradi termina "liberalen". Na neki točki je bil to nekdo, ki je podpiral omejeno vlado in prosti trg, pomen pa se je skozi leta spremenil (Ruschmann 2006, 11).

V središču debate glede pristranskosti je ameriška politična tradicija, ki spodbuja državljane k uporabi medijev kot forum njihovih mnenj. Ta tradicija se je razvila iz reakcije proti britanskim kolonialnim uradnikom, ki so nasprotna mnenja obtožili kot uporniške klevete. Odpor Američanov do cenzure je bil reflektiran z zapisom v prvi amandma Ustave. Ljudje, ki so ustvarili državo, so dali velik pomen čuvanju opozicijskega novinarstva. Če ima vlada moč cenzurirati opozicijo, bi lahko postopoma izginila opozicija kot taka. Ustanovni očetje so

verjeli, da je svoboda tiska poglavitna za nastanek "trga idej", ki bi omogočal zdravo, avtonomno družbo (Ruschmann 2006, 13).

Ekonomija devetnajstega stoletja je novinarje spremenila v nekaj, kar si ustanovni očetje niso mogli niti zamisliti: donosen posel, kontroliran s strani bogatih in mogočnih elit. Dejavniki za to so številni. Tehnološki napredek je dovoljeval masovno proizvodnjo časopisov, rastoče gospodarstvo je oglaševanje naredilo nov vir ustvarjanja dobička, vedno več Američanov je lahko bralo. Tisk je postal donosen posel, po tem ko so založniki ugotovili, da članki o spolu in kriminalu privlačijo veliko število bralcev, kar je posledično privlačilo oglaševalce – formula, ki deluje še danes. Medtem, ko so se založniki agresivno borili za bralce, se je tiskarska industrija skoncentrirala: število časopisov je upadlo, a njihova cirkulacija je rasla. Do konca devetnajstega stoletja si je le malo Američanov lahko privoščilo, da bi postali založniki. Cena zagona kompetitivnega posla je bila taka, da so si to lahko privoščili le bogati posamezniki in velike korporacije. Joseph Pulitzer, William Randolph Hearst in ostali tiskarski baroni so operirali z malo vladne regulacije. Korporativno lastništvo je povzročalo skrb, ki je aktualna še danes (Ruschmann 2006, 16).

Kritiki medije obtožujejo, da imajo drugačno mnenje od večine Američanov glede kulturnih in družbenih problematik. Bernard Goldberg meni, da je eden največjih problemov novinarstva v tem, da njegove elite na brezupen način nimajo nobenega stika z realnostjo življenja Američanov. Njihovi prijatelji so liberalci, tako kot oni sami. Delijo tudi iste vrednote. Skoraj vsi mislijo isto pri dilemah, ki zadevajo splav, nošenje orožja, feminizem, pravice gejev ter okolje. Problem izhaja iz leta 1960, ko se v Ameriki pojavi *New Class*. Ta razred dobro izobraženih elit v pravu in vladni birokraciji je bil nepovezan z državo in je imel v pomanjkanju spoštovanje do institucij, kot sta cerkev in vojska. Obstajajo dokazi, da se medijsko osebje vede podobno. Pogosto živijo v zaprtih, bogatih soseskah, ne opravljajo prostovoljnega dela, nimajo otrok in niso poročeni. Najostrejši kulturni prepad med novinarji in preostalo Ameriko vključuje religijo. Ne samo, da je ne obiskujejo, tudi ne poistovetijo se s tistimi, ki jo. Študije dokazujejo, da je večina novinarjev demokratov. Poleg tega so pri družbenih tematikah bolj liberalni kot Američani v splošnem. (Ruschmann 2006, 26–9)

Nekateri novinarji mešajo aktivizem s poročanjem. Konservativci vztrajajo, da nekateri novinarju izrabljajo svoj položaj za predložitev liberalnih pogledov. Sprejemajo subjektivne sklepe vsako minuto svojih profesionalnih življenj. Izbirajo o čem se bo poročalo in o čem ne, katere novice so kredibilne in katere niso, katere citate uporabiti v zgodbi in katere vreči ven. Številni v novinarstvo vstopijo z željo, da bi izboljšali družbo. Goldberg poudarja, da se bolj

kot kadarkoli, novinarji na levisi definirajo s sočustvovanjem. Mešanje aktivizma in novinarstva ima lahko zelo resne posledice (Ruschmann 2006, 32–3).

Označevanje (*labeling*) – namigovanje, da je ena stran mainstream in druga ekstremna – je še ena oblika liberalne pristranskosti. To velja tako za skupine in organizacije, kot za posameznike. Da bi lažje razumeli pomen te povedi, pogledajmo dve glavni ženski politični organizaciji, konservativno CWA in liberalno NOW. V raziskavi med 1987-88 je bil NOW v magazinih in časopisih omenjen v 421 zgodbah in označen kot liberalen v 2,4 % od njih. CWA je bil omenjen v 61 zgodbah in označen konservativen v 41 %. Fraze kot so "*conservative attack*" in "*conservative criticism*" se pojavljajo štirikrat pogosteje kot "*liberal attack*" in "*liberal criticism*". Predlog "*arch-*" ki označuje še ekstremnejše poglede, se med konservativci pojavlja dvajsetkrat pogosteje. Kritiki medije obtožujejo tudi bolj neprizanesljivega tretmaja konservativcev kot liberalcev (Ruschmann 2006, 54).

Ustanovni očetje, ki so verjeli da bo svoboda novinarstva ustvarila "trg idej", niso predvideli vzpona medijskih konglomeratov. Danes nekaj korporacij kontrolira večino medijskih hiš. Ker so na čelu teh korporacij poslovneži in ne uredniki, se resno novinarstvo podreja "infotainmenu", ki je ustvarjen za pridobivanje ratingov (Ruschmann 2006, 87).

7.2 Mediji v ZDA danes

"Obstajajo tri vrste laži. Laži, preklete laži in statistika." Čeprav zasluge za ta stavek pogosto pripisujemo Benjaminu Disraeliju, je avtorstvo navadno pripisano Marku Twainu. Twainova poanta ni bila toliko obsodba statistike, kot pa kako jo lahko ljudje manipulirajo. Na stotine dejstev in statistik je lahko relevantnih za neko problematiko. Nekatera izmed teh dejstev in statistik bi se zdela pomembna konservativcem, druga liberalcem. Za novinarja ni mogoče, da bi poročal o vseh dejstvih – v časopisih preprosto ni dovolj prostora in v TV novicah ni dovolj časa. Novinar lahko poroča zgolj vzorec. V splošnem nam novinarji ne dajejo reprezentativnega vzorca. Namesto tega – delno zaradi njihovih lastnih ideoloških pogledov, delno zaradi nekaterih institucionalnih dejavnikov znotraj industrije – nam postrežejo s pristranskim vzorcem. Novinarji bodo tako bolj verjetno poročali o dejstvih in statistikah, ki jih hočejo učiti liberalci in manj verjetno o dejstvih in statistikah, ki jih hočejo učiti konservativci. Povedano drugače, trenutno stanje medijev v ZDA je tako, da novinarji svetlobe ne usmerjajo naravnost. Namesto tega izgleda, kot da uporabljajo prizmo, s katero lomijo svetlobo in s tem povzročajo, da zavija v levo. Končni rezultat je, da bodo bralci in gledalci novic bolj verjetno videli levo

stran spektra. To je del teorije distorzije medijske pristranskosti. Takšno vedenje novinarjev povzroča tudi obrat politikov v levo – torej, da postanejo bolj liberalni (Groseloclose 2011).

Ameriška redakcija je ekstremno enostranska. Ena posledica tega je *first-order problem* neuravnotežene redakcije. Preprosto dejstvo je, da je pisec ali producent - ob branju časopisa ali gledanju TV prispevka – navadno liberalec. Druga posledica je *second-order problem*, in utegne biti še hujša. To je, da bo vsak reporter, četudi je konservativec, na delovnem mestu v glavnem obdan z liberalci. Dva učinka tega problema mučita vsako organizacijo, ki je politično preveč enostranska. Eden je minorno marginalizacijski princip. Tu člani večinske skupine tretirajo manjšinske skupine, kot, da te ne obstajajo. Ko pa se spomnijo, da obstajajo, jih tretirajo kot rahlo zlobne ali nehumane. Drugi učinek je ekstremistično redefiniran princip. Tu termina "mainstream" in "ekstrem" prevzameta nov pomen znotraj skupine. Ko je skupina liberalna, mainstream demokratična stališča postanejo "centristična", stališča, ki bi bila sicer mišljena kot ekstremno levo usmerjena, pa postanejo vsakdanja (Groseloclose 2011).

7.3 Trump in mediji pred primarnimi volitvami

V krogih medijske industrije je veliko debat, ali so mediji pomagali ustvariti fenomen Donalda Trumpa s tem, ko so konstantno pisali o njem in ga kazali na televiziji. Študija na *Harvard's Kennedy School of Government* s strani *Harvard's Shorenstein Center of Media, Politics, and Public Policy* je ponudila zelo prepričljivo municijo v podporo tej trditvi. V svoji raziskavi je skozi leče osmih novičarskih trgov – CBS, Fox, Los Angeles Times, NBC, The New York Times, USA Today, The Wall Street Journal in Washington Post – ocenila njihovo pokrivanje obdobja pred volitvami 2016 (Ingram 2016).

Kaj je najboljši indikator za to, kateri kandidat bo dobil predsedniško nominacijo? Zmagovalec caucusa v Iowi? Zmagovalec primaries v New Hampshire? Pravzaprav nobeden. Hiter štart v Iowi in v New Hampshire je pomemben in kandidat, ki se v obeh državah odreže slabo, je v težavah. Tako volivci, kot tudi donatorji in novinarji nimajo zanimanja za kandidate, ki končajo na repu krdele. Pa vendar, bolj pogosto kot ne, je zmagovalec Iowe izgubil New Hampshire. Od leta 1980 sta samo Al Gore in John Kerry zmagala v obeh državah – pozneje nobeden ni postal predsednik. Leta 1992 je Bill Clinton na poti do nominacije (in kasneje inavguracije) izgubil celo obe. Veliko boljši indikator je tisto, čemur politologi pravijo "*invisible primary*" – to je obdobje, preden je oddan katerikoli glas (Patterson 2016).

Od vseh indikatorjev uspeha v *invisible primary* je medijska izpostavljenost najbolj pomembna. Je bistvena za dvig kandidata v anketah. Če ne kotira visoko v anketah oziroma nima

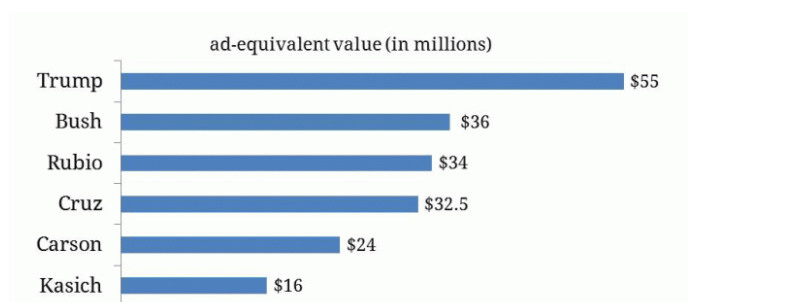
momentuma, bo težko zbiral denar, pridobil podporo ali si celo zagotovil mesto na debatah, ki potekajo pred debatami v primarni kampanji. V zgodnjih dneh ni nič bližje čistemu zlatu, kot brezplačna medijska izpostavljenost. Ta lahko izboljša kandidatovo pozicijo v anketah in mu pomaga pridobivati podporo in denar. Bolj kot karkoli mu podarja kredibilnost. Kampanje kandidatov, ki jih mediji ignorirajo, so obsojene na propad. Kampanje tistih, ki jim mediji namenjajo veliko pozornosti, dobijo zagon. V svoji raziskavi je skozi leče osmih novičarskih trgov – CBS, Fox, Los Angeles Times, NBC, The New York Times, USA Today, The Wall Street Journal in Washington Post – ocenil njihovo pokrivanje *invisible primary* v obdobju pred volitvami 2016 (Patterson 2016).

Stopnja pokritosti s strani novic je bila pri Donaldu Trumpu v obdobju *invisible primary* enostavno višja, kot pri rivalih. Medijska podpora kandidatom je bila sicer vselej neenakomerna. Kar je kampanjo 2016 naredilo drugačno je to, da nobeden od obeh osnovnih indikatorjev medijske podpore – ne položaj v anketah, kot tudi ne sposobnost pridobivanja denarja - ni predvidel tako intenzivnega pokrivanja, niti ga ne pojasnjuje. Ko je Trump vstopil v bitko so ga mediji pokrivali bolj, kot bi ga glede na položaj v anketah morali. Do konca *invisible primary* je bil v anketah že dovolj visoko, da je bil v medijih obravnavan kot favorit. Čeravno novinarji v primarnih volitvah opravljajo nekakšno politično-posredniško vlogo, so njihove odločitve vodene bolj s strani novičarskih vrednot kot pa političnih. Novinarje privlači novo, neobičajno, senzacionalno – zgodbe, ki bodo pritegnile in obdržale pozornost občinstva. Trump je tem merilom ustrezal bolj, kot katerikoli kandidat v nedavni zgodovini. Trump je verjetno prvi *bona fide* kandidat, ustvarjen s strani medijev. Novinarji so bili njegovo gorivo (Patterson 2016).

Novinarji se niti niso zavedali, da so bili prav oni prvo Trumpovo občinstvo - ne volilno telo. Trump je izkoristil njihovo slo po privlačnih zgodbah. Druge možnosti niti ni imel, saj ni imel konsistentne baze in predsedniških kvalifikacij. Če bi jih imel, bi bila njegova strategija politični samomor. Trump ne bi mogel tekmovati s Tedom Cruzom, Marcom Rubiem ali Jebom Bushem na osnovi političnih prepričanj ali bazi privrženecv. Politika ogorčenja je bila njegova prednost, novinarji pa so nenamerno postali njegovi zanesljivi zavezniki (Patterson 2016).

Spodnja tabela prikazuje čas na televiziji ali prostor v časopisih kot ekvivalent v dolarjih, - na podlagi pozitivnega ali nevtralnega poročanja osmih novičarskih trgov - ki bi ga bilo sicer potrebno zakupiti.

Tabela 7.1 Čas na TV ali prostor v časopisih, ki ga bi bilo sicer potrebno zakupiti



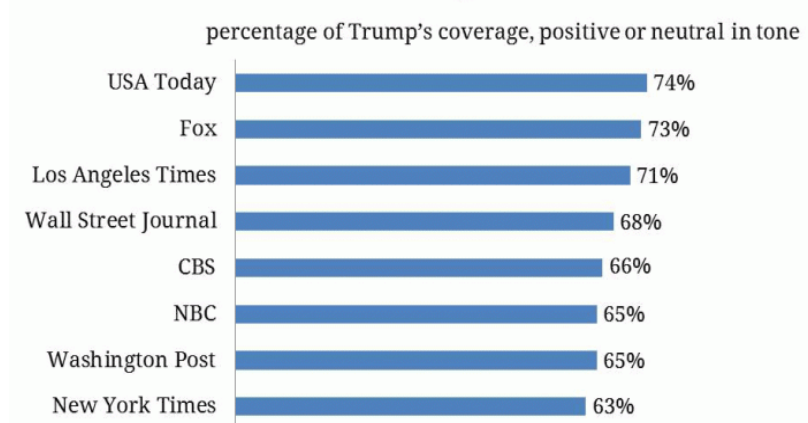
Vir: Media Tenor (2015).

Iz tabele je razvidno, da je bila Trumpova pokritost enkrat in pol višja od ostalih kandidatov. Samo od New York Timesa je požel 16 milijonov, to je več, kot je na oglasih zapravil sam v celotnem letu 2015.

Ko so kritiki medije obtožili podžiganja Trumpovega *bandwagona*, so se ti odzvali z dvema demantoma. Prvi od njiju je bil, da so novinarji v njegovem primeru psi čuvaji, kar dokazuje negativno poročanje, torej, da je negativnih novic veliko več kot pozitivnih. Druga demant je, da je medijska vloga pri Trumpovem vzponu bila delo kabelskih omrežij, tradicionalno novinarstvo pa se je držalo nazaj (Patterson 2016).

Kot bomo pokazali nobena od teh trditev ni podprta z dokazi. Spodnja tabela prikazuje uravnoveženost novic pri pokrivanju Trumpa v obdobju *invisible primaries*.

Tabela 7.2 Odstotek novic, namenjenih Trumpu v osmih novičarskih trgih



Vir: Media Tenor (2015).

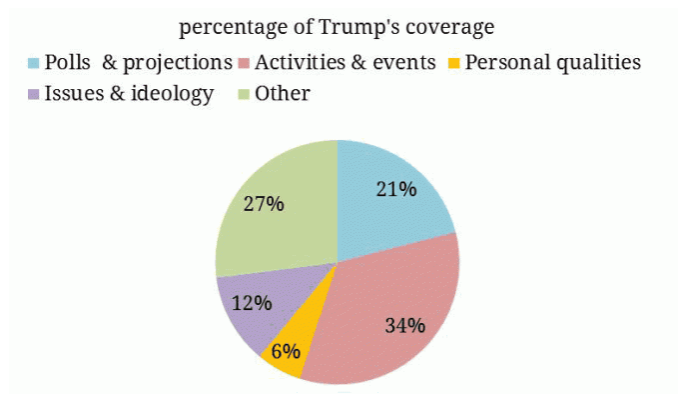
Iz tabele je razvidno, da je bil Trump favoriziran s strani vseh novičarskih trgov saj so razlike med njimi minimalne.

Razlog za pozitivno pokrivanje "psov čuvajev" v obdobju pred volitvami leži v tem, da imajo novinarji tendenco, da svoje zgodbe gradijo okrog kandidatove pozicije v bitki. Fokus je na

štirih zgodbah: kandidat "vodi", "zaostaja", "pridobiva" ali pa "izgublja". Od vseh štirih je najbolj pozitivna tista, da "pridobiva", še posebej v primerih, ko se kandidat prebija iz ozadja. To je zgodba o pridobivanju momentuma, dvigovanja v anketah in vedno večjih množic podpornikov (Patterson 2016).

Komponente Trumpovega pokrivanja glede na temo so prikazane v spodnjem krožnem diagramu.

Tabela 7.3 Odstotek poročanja o Trumpu glede na tematiko

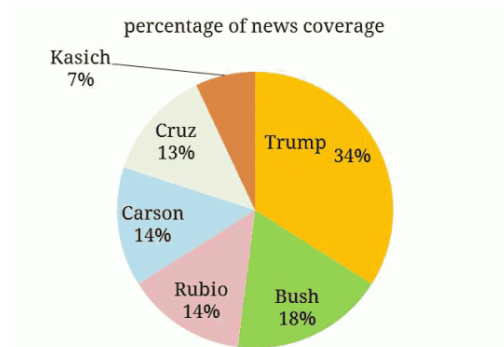


Vir: Media Tenor (2015).

Čeprav so mu njegove označbe o imigrantih in ostalih zadevah prinesle največje naslove, so obsegale le manjši del njegove obravnave. Največ poročanja je bilo okrog njegove aktivnosti v kampanji ter njegovega vzpona iz ozadja na vrh anket.

Kaj pa trditev, da je bil Trumpov vzpon zgolj produkt kableske televizije in da se je tradicionalno novinarstvo uprlo njegovemu razcvetu? Tudi ta trditev – tako kot prva – ni podprta z dokazi. Trump je bil velika novica povsod. Od trenutka, ko je naznanil kandidaturo, pa do konca 2015, je dominiral po količini pokritosti med republikanci. V spodnjem krožnem diagramu je prikazan delež pozornosti, namenjen republikanskim kandidatom.

Tabela 7.4 Čas poročanja, namenjen posameznemu republikanskemu kandidatu



Vir: Media Tenor (2015).

Noben kandidat ni izpolnjeval pogojev "izgubljanja" bolj kot Jeb Bush. V začetku 2015 je imel veliko prednost v anketah in posledično užival veliko pozornosti v medijih. S padcem podpore v anketah mu je posledično padla tudi pozornost v medijih. Ted Cruz in Marco Rubio sta imela srečo, da sta sploh bila del medijske mreže. Ob koncu 2015 sta tako bila edina z realistično možnostjo za zmago, pozornost, ki so jima namenjali mediji pa je pomenila, da so bili ostali kandidati (z izjemo Trumpa) obsojeni na propad (Patterson 2016).

7.4 Trump in mediji med volilno kampanjo

30. septembra 2016 je San Diego Union Tribune spisal zgodovino. Prvič v svoji 148-letni zgodovini je podprl demokratskega kandidata -Hillary Clinton. To je bilo tudi prvič v 126-letni zgodovini Arizone. Donald Trump ni bil popularen med ameriškimi časopisi. Med prvimi stotimi časopisi po nakladi sta ga podprla dva. Več kot dvesto časopisov je podprlo Clintonovo, Trumpa dvajset. Izmed teh dvajsetih, je bilo kar nekaj takih, ki so to storili brez pravega navdušenja. *Fort Wayne News Sentinel* je denimo zapisal: "Hvala Bogu za Mika Penca" (Sillito 2016).

Leta 1968 je Reger Ailes, bodoči šef Fox News, imel problem: kako spraviti Nixona na televizijo brez, da bi bil kontroliran in filtriran s strani – po njegovem – sovražnih medijev. Njegova rešitev je bila, da ustvari Nixon TV. Štirideset let pozneje je CNN počel enako za Trumpa – brezplačno. Razlog za entuziazem za Trumpa na CNN je bil preprost: ratingi. Jeff Zucker, šef CNN, je tudi človek, ki ga je zaposlil v resničnostnem šovu *The Apprentice*, ko je še delal za NBC. Zucker, verjetno bolj kot kdorkoli drug, ga je spremenil v TV zvezdo. Trump je CNN priskrbel ratinge in v zameno dobil izpostavljenost. Nihče ni vedel kaj bo rekel, zato ga kamere niso spustile izpred objektiv. Kar je čudno v Trumpovih govorih je, da veliko stvari, ki jih reče in se nanašajo na probleme, ne sovпада z agendo mainstream medijev. Poleti 2016 je Trump poudaril, da je Clintonova "ustvarila Isis". To ni trditev, ki bi uživala veliko podpore v časopisih in na internetu. Analiza Trumpovih govorov pokaže, da gre za številne stvari, ki jih mainstream mediji zavračajo, imajo pa entuziastično podporo v rastočem svetu alternativnih novic. Zvezda alternativne desnice je Breitbart, spletna stran z agendo, ki nasprotuje vsemu, kar velja za politično korektno ali multikulturno. Če želimo razumeti, kako blizu je Breitbartu Trumpu, ne rabimo gledati nič dlje od Steva Bannona, zdaj nekdanjega izvršnega direktorja Breitbarta, ki je postal predsednik njegove kampanje. Bannon je politično v srcu anti-esteblišmenta, anti-mainstreama (Sillito 2016).

Impact Social, analitiki družbenih omrežij, so študirali objave na Twitterju in drugih družbenih omrežjih na Floridi. Ko so izključili čebljanje strokovnjakov in novinarjev, so ugotovili, da je Trump daleč pred Clintonovo po količini pozitivno naravnanih komentarjev. To je bilo v nasprotju s projekcijami anket, ki so Clintonovi dajale majhno prednost. Raziskovalci so zavračali družbena omrežja kot skupine, ki ne reflektirajo celotne volilne populacije (Sillito 2016).

Da bi lažje pojasnili kratkovidnost javnomnenjskih raziskav, lahko pogledamo v knjigo *Everybody lies*, ki jo je napisal Seth Stephens-Davidowitz. V intervjuju za Guardian pravi, da veliko ljudi v raziskavah ne odgovarja na vprašanja iskreno, ko gre za stvari, ki so neprijetne. Hočejo izgledati dobro, čeprav so raziskave anonimne. Temu pravi *social desirability bias*. Pomembna znanstvena razprava leta 1950 je priskrbelo močne dokaze, kako raziskave podležejo tej pristranskosti. Raziskovalci so zbrali podatke iz uradnih virov o prebivalcih Denverja: kolikšen procent izmed njih je glasoval na volitvah ali daroval dobrodelnim organizacijam. Potem so anketirali prebivalce, da vidijo, če se procenti ujemajo. Rezultati so bili šokantni in so bili popolno nasprotje uradnih. Četudi nihče od njih ni izdal svojega imena, so ljudje pretiravali glede tega, da so registrirani volivci, kako volijo in njihovega odnosa do dobrodelnosti. V 65 letih se ni spremenilo veliko. Tendencia ljudi je, da želijo izgledati dobro ter, da posledično zavajajo raziskovalce. V knjigi se obregne ob fenomen Trumpa. Pravi, da ko je postal predsednik, so njegovi prijatelji postali zaskrbljeni. Niso mogli spati, skrbelo jih je za imigrante in muslimane. Iz podatkov pa je razvidno, da v liberalnih delih države po izvolitvi Trumpa ni bilo zaznati te nivoje. Ko so se ljudje na dan volitev v mrzlem potu zbujali ob treh ponoči so po internetu iskali stvari, ki zadevajo njihova delovna mesta, njihovo zdravje – niso iskali izгона muslimanov ali globalnega segrevanja (Fox 2017).

Donald Trump je v resnici pomagal medijem, da so ti pomagali njemu. Bil je zvezda, nastopaški tajkun, kontroverzni outsider v GOP kampu. Z nezmernimi govori proti črncem, muslimanom in Mehčanom je prečkal državna zborovanja; delal je hudiča s škandaloznimi komentarji glede žensk, na Twitterju je žaljivo "čivkal" tako o politikih kot zvezdnikih, bil je ustvarjalec novic in vzpostavljaj agendo vsepovsod. Kako bi lahko mediji ignorirali takega bizarnega kandidata, ki upa, da postane predsednik? Tu leži poanta – niso mogli. Tako so pokrili vsak delček njegovega zmagoslavnega pohoda do nominacije, hočeš nočeš je pozornost medijev rezultirala v spodbujanju Trumpove javne podobe, tako, da so mu darovali brezplačno publiciteto v milijonih. Še pomembneje, mesece pred republikansko konvencijo v Clevelandu so upravičevali njegov sloves kot favorita za mesto predsednika. Mediji so implementirali tako

tipične novinarske produkcijske norme, kot tudi komercialne imperitive, ki jih akademiki identificirajo kot "medijsko logiko". Neobičajno in senzacionalno je tisto, kar privablja pozornost v medijih – Trump je bil oboje – senzacionalistične zgodbe se "dobro prodajajo" in prinašajo velike količine denarja. Generalni direktor CBS-a Lesloe Moonves je tako menil, da vse to ni dobro za Ameriko, ampak presneto dobro za CBS (Mazzoleni 2016).

Kar se je zgodilo v medijih po tem, ko je Trump osvojil republikansko nominacijo v juliju je nekaj, kar bo sicer še stvar akademskih razprav. Mediji so naenkrat ugotovili, da so prispevali k procesu "king-making-a", tradicionalne moči v rokah Ameriških medijev, ki pa se je v tem primeru izkazala za zastrašujoče breme. Vsi glavni – kot tudi nekateri minorni – mediji, tudi tisti, ki tradicionalno podprejo konservativce, so podprli Hillary Clinton. Liberalni mediji so se nehali pretvarjati, da so nepristranski opazovalci političnega spopada in se tako vključili v stopnjevanje kampanje proti Trumpu, ki je trajalo do dneva volitev (Mazzoleni 2016).

"Vsi smo se motili. To je dokaj očitno, kajne? Gre za več, kot samo motiti se. Motili smo se in osmešili. Celoten politično-medijski kompleks v Washingtonu je popolnoma zgrešil bistvo. Ne za inče ampak milje. Leto in pol smo se posmehovali tistim, ki so trdili, da se ankete motijo. Javnomnenjske raziskave so pokvarjene. Naše oči so bile uperjene v prognostike in strokovnjake – ampak tudi ti so se motili. Dovolj bo časa, da seciramo vse to. Bili smo del potegavščine" (Palmer in Sherman 2016).

Z bombardiranjem Trumpa na dnevni ravni je to podžgalo "*underdog effect*", ki je vzpodbudil številne neodločene volivce, da so podprli "osovraženega" kandidata. So torej mediji ustvarili Trumpa? Več kot očitno niso ustvarili osebnosti, ki je bila do neke mere že tako medijski ljubček, so pa prispevali – na začetku nenamerno in pozneje z obžalovanjem – k ustvaritvi njegove politične persone, četudi negativne (Mazzoleni 2016).

Potrebno se je osredotočiti na sledeče očitno vprašanje: kaj za vraga je šlo narobe? Kaj je vodilo demokratske voditelje k temu, da so izgubili čemur so dejali najpomembnejše volitve v življenju? Začnimo na vrhu. Zakaj je morala biti kandidat Hillary Clinton? Ja, ima impresiven rezime, ja, trdo je garala v svoji kampanji. Bila pa je popolnoma napačen kandidat za ta jezen, populističen moment. Insiderka, ko je država kričala po outsiderju. Tehnokratka, ki je ponujala blagozvočnost, ko je država klicala po macoli, ki bi udarila po aparatu. Če bi bila zmaga primarna skrb demokratske stranke, so bili za to veliko bolj "primerni" kandidati. Joe Biden s svojim neposrednim stilom, Bernie Sanders, navdihujoča in v glavnem neškandalozna osebnost. Vsak od njiju bi verjetno porazil Trumpa, ampak noben od njiju ne bi resnično služil

interesom strankarskih insiderjev. Tako so demokratski voditelji napravili Hillary svojo kandidatko, kljub temu, da so vedeli za njeno povezanost z bankami, njeno naklonjenost vojnām, njeno ranljivost na področju trgovine in njeno komplikacijo s privatnim elektronskim serverjem – vse to je Trump izkoristil do potankosti. Vse skupaj je zvenelo neverjetno, ko so preko ciljne črte želeli poriniti tako osebo in obenem kričali, da je republikanec desničarska pošast. Če je Trump fašist, kot liberalci radi poudarjajo, bi morali v bitko poslati svojega najmočnejšega igralca in ne nekoga zgolj na osnovi tega, ker je prišel "njen čas". Izbira takega kandidata je indicirala bodisi, da demokrati niso mislili resno, ko so govorili o tveganju, ki ga predstavlja Trump, bodisi, da je njihov oportunističen imel prednost pred blaginjo države – ali pa kar oboje hkrati (Frank 2016).

Podpora Clintonovi v medijih ni bila nič bolj v pomoč. Bilo je čudno, da tako nepopularen kandidat uživa tako robustno in soglasno podporo uredniških in mnenjskih strani nacionalnih časopisov, narava medijskega entuziazma pa je bila tisto, kar ji je resnično škodovalo. Ponavljanje istih argumentov znova in znova, dvakrat ali trikrat na dan, z neupoštevanjem nasprotujočih mnenj je bilo nekaj, kar je spominjalo na propagando v obdobju hladne vojne. Gre za sledeče (Frank 2016).

- Njeni škandali niso resnični.
- Ekonomija je v dobrem stanju / Amerika je že velika.
- Delavski razred ni podpiral Trumpa.
- Če pa so ga, je to zato, ker so zmazek od ljudi. Rasizem je edini razumen razlog za podporo republikanskemu kandidatu.

Mainstream mediji so bili torej sam svoj največji sovražnik. S tem, ko demonizirali Trumpa in polno podpirali Clintonovo so naleteli na odpor. Poleg tega je Trump z uporabo družbenih omrežij našel način, kako koristiti moč množične komunikacije sebi v prid. V bistvu je postal sam svoj medij. Ena boljših preiskovalnih novinark, Sharyl Attkinsson, se sprašuje, kako so se glavni mediji lahko tako zelo zmotili. Poudari, da je Trump vse postavil na glavo s tem, ko je medije preprosto razglasil za brezsravno nepoštene, kar je povzročilo klice množic, kot npr. "CNN je zanič". Attkinssonova je prav tako poudarila, kako elektronska pošta objavljena s strani Wikileaks ni škodovala zgolj Clintonovi, pač pa povzročila erozijo medijske kredibilnosti. Reporterji in dopisniki New York Times, Washington Post, CNN, CNBC, Politico in Atlantic so z roko v roko sodelovali z osebjem Clintonove, in sporočilo njene kampanje predstavljali kot točna dejstva (Kant 2016).

Will Rahn iz CBS News pravi: "Ni presenečenje, da smo vsi - razen nekaterih izjem – bili #WithHer, kar je vodilo do muk navkljub zmagi Trumpa. Še pomembneje, zgrešili smo bistvo celotne slike, po tem ko smo se mesece posmehovali ljudem, ki so imeli boljši občutek o tem kaj se dogaja. To je simptomatičnost moralne in intelektualne slabovidnosti modernega novinarstva. Če bi Clintonova zmagala, bi se v medijih pojavil občutek "uspelo nam je", občutek, da smo bili dovolj pogumni, ko smo Trumpa klicali lažnivec in tako rešili republiko. Trump je vedel kaj dela, ko je spodbujal množice da žvižgajo reporterjem, ki so mu namenjali pozornost. Ideja je bila, da če se dovolj posmehujemo podpornikom Trumpa in jih kličemo rasisti ob vsaki priložnosti, bodo naposled utihnil in se "streznil". Kar je še slabše, ne trudimo se dovolj, da bi razumeli, – z nekaterimi izjemami – ekonomske tegobe osrednje Amerike" (Rahn 2016).

Še nikoli v zgodovini volitev ni bilo trenutka, ko bi mediji tako neprikrito izbrali stran. To je bilo očitno na vseh platformah – v prenosih, zabavi in tisku – skoraj vsi v svojem poklicu so želeli zmago Clintonove. Jimmy Fallon je denimo v oddaji *Tonight Show* povabil Trumpa kot gosta in ga obravnaval kot gosta ali kateregakoli drugega političnega kandidata. Zaradi tega je bil raztrgan na koščke. Jo Miller, izvršni producent *Full Frontal with Samantha Bee* na TBS, je v intervjuju za New York Times tako dejal, da je bil intervju udarec v črevesje. Miller pojasnjuje, da ne gre za tekmo med demokratom in republikancem, pač pa med demokratom in demagogom. Poleg tega ni možno normalizirati nekoga, ki hujska nasilje. Potem je tu Huffington Post, ki se je odločil vse novice v zvezi s Trumpom prilepiti pod rubriko "zabava". Nad vsakim člankom je pisalo: "Donald Trump redno spodbuja politično nasilje in je serijski lažnivec, podivjan ksenofob, rasist, sovražnik žensk ter človek, ki za Obamo trdi, da ni bil rojen v ZDA, obljublja tudi deportacijo vseh muslimanov in onemogoča nadaljnjo možnost vstopa v državo le-tem." V odgovor na to vsesplošno zavzemanje strani, se je večina Američanov preprosto odločila, da izklopi medije – saj ti niso bili iskreni posredniki. Če je medij razkril kakšno sporno stvar o Trumpu je to v glavnem padlo na gluha ušesa (Phillips 2016).

Novinarji se branijo tako, da pravijo, da "tolčejo" po obeh straneh. Morda to drži. Ampak nepremišljen kritikizem povzroči efekt lažnih ekvivalenc. Če so novinarji v zgodovini državljanom pomagali prepoznavati razliko med iskrenim politikom in pretendentom, je bila ta funkcija izgubljena z medijskim spektaklom, ki se je ukvarjal z vsemi, še tako majhnimi grehi. Ali so bile obtožbe, ki so obkrožale Clintonove enake magnitude kot tiste, ki so obkrožale Trumpa? Za ta odgovor ne smemo gledati novic. Novinarji so poročali o vseh umazanih stvareh,

ki so jih odkrili, in naposled pustili volivcem, da se odločijo, kaj bodo s tem. Velika večina volivcev je odločila, da sta bila kandidata enako slaba (Patterson 2016).

Oba kandidata sta bila dva izmed najmanj priljubljenih v več kot 30-letni zgodovini raziskav ABC News in Washington Post. (Collins 2016).

8 BES VOLIVCEV IN KRIK PO SPREMEMBAH

Raziskovalci javnega mnenja, politiki, večina novinarjev in javnost so vsi stali zaprepadeni ob Trumpovi presenetljivi zmagi na predsedniških volitvah. Ne pa tudi nevroznananstveniki. Začudenje izhaja iz poskusa razumevanja rezultatov na racionalen način. Bes in ne razum je gnal ljudi, da so Trumpa postavili v Belo hišo (Fields 2016).

Čustva so mogočen motivator vedenja. Večino živali ženejo čustva in ne racionalizem, kar velja tudi za človeško vrsto – *Homo sapiens* - ki se smatra kot "razumno". Naše odločitve niso zgolj del razumnega sklepanja. Pri sprejemanju najbolj kompleksnih in daljnosežnih odločitev se zanašamo na čustva, nagonski čut – s kom se poročiti, kje živeti, celo katero glavno jed izbrati iz jedilnega lista. Vse to so odločitve, ki jih ne sprejemamo razumno, pač pa na osnovi tega "kako se počutimo". Čustva imamo zato, ker jih potrebujemo. Izhajajo iz osupljivega živčnega omrežja, ki izvaja zelo kompleksno in takojšnjo analizo naše situacije in nas nahujska h ukrepanju. Za doseg tega se dovod vseh naših čutov izliva v možganski limbicni sistem, ki ovrednoti naše notranje in zunanje stanje in s pozornostjo na nevarnosti konstantno preučuje tok podatkov. Procesiranje informacij operira pod nivojem zavestnega in racionalnega razmišljanja, to pa zato, ker bi ogromna količina teh procesov informacij lahko obremenila našo zavest. Ko se soočimo z zelo kompleksnimi situacijami, so naši globoki možgani tisti, ki zaznavajo nevarnost – še posebej to velja, ko je na kocki naša blaginja. Jezik pa izhaja in živčnega okrožja v možganski skorji, tako da sistem, ki zaznava nevarnost, ne komunicira z besedami, ampak z uporabo pisanih čustev. Vsak občutek komunicira z našim zavestnim dojemanjem posameznih nevarnosti, s katerimi se soočamo. Lakota, strah, samota, odtujitev, zavist in frustracije so kot mavrica neskončnih barv, vsaka od njih imeniten odtenek različnih pomenov (Fields 2016).

Veliko ljudi v ZDA čuti jezo, strah in ogroženost. Ti občutki izhajajo iz percepcij osebnega tveganja, družbenih motenj in odtujitve, kot tudi neizogibne grožnje terorizma in kronične disfunkcionalnosti vlade. Raziskovalci javnega mnenja so se zmotili, ker dejanje zastavljanja vprašanja deluje na implicitni predpostavki racionalne razlage. Vendar bes ni del razuma in čustva niso vedno dostopna s samoocenitvijo. Ljudje so jezni, čustva pa služijo zgolj enemu cilju – pripravi na boj. Različni tipi groženj aktivirajo različne električne tokove jeze in obrambne agresije v naših možganih. Večina teh električnih tokov je globoko vgravirana v evoluciji možganov naših prednikov primatov in sesalcev. Tak primer je denimo instantna reakcija matere, da se na nevarnosti, ki ogrožajo njenega otroka, odzove z neizmerno agresijo. Da bi razumeli te volitve moramo tako razumeti mehanizem, ki v možganih zaznava nevarnost.

Kot družbena bitja so naši individualni nagoni po preživetju odvisni od tega, da smo člani skupnosti ali plemena, naš tok možganov pa nam dovoljuje, da takoj klasificiramo kogarkoli kot "nas" in "njih". Ta tok komunicira z limbičnim sistemom, ki izzove bes in silovito agresijo, da bi ohranjal družbeni red, varoval naše pleme in "zaklal" drugo pleme za samoohranitev - v kolikor je to potrebno. Jedro napetosti jeze in strahu izvira iz živčnega toka obrambne agresije in besa, z namenom, da bi ohranili naše pleme. To velja za podpornike obeh kandidatov, bodisi je to moški delavski razred (ki čuti, da je izgubil vir zaslužka), bodisi ženske (ki čutijo prikrajšanost za možnosti in izgubo spoštovanja), bodisi politične stranke (ki se počutijo ogrožene s strani drugih strank), ali pa ras, ki se počutijo izpodrinjene, zavrnjene, izključene (Fields 2016).

Perspektiva nevroznosti razlaga na videz nedoumljivo situacijo privilegiranega milijonarja, ki je postal prvak moškega delavskega razreda in žensk, ki se počutijo jezne in ogrožene. Parfuma ne prodamo tako, da opišemo, kako bomo dišali; prodamo ga tako, da opišemo, kako se bomo počutili. Enako je s prodajo nepremičnin, racionalnostjo, da vemo, da vsi avtomobili po cestah lahko vozijo enako hitro. Kako lahko torej racionalno razložimo potrebo po nakupu avtomobila s 500 konji, ki bo desetkrat dražji pa vseeno obstal v koloni? Marketing spretno manipulira s čustvi – tako, da dregne v naše misli – in neguje naše odločitve pri nakupih. Problem je v tem, da naš možganski sistem zaznavanja nevarnosti operira v sedanosti, naše emocije pa so ocena našega trenutnega stanja. Nemogoče je ljubiti nekoga, ki ga še nismo srečali. Razum lahko oblikuje strategijo za prihodnost in to kognitivno sposobnost dojemamo kot ključen cilj – da bi se izognili grozljivim posledicam, ki jih dovaja čustvo, ki mu pravimo "obžalovanje". Volivci so odločili, da najboljša oseba za uspeh pri manipuliranju živčnih tokov, ki so bistveni za preživetje, ni državnik, pač pa prodajalec (Fields 2016).

Trumpova pot do zmage se je začela z vožnjo v dvigalu svojega Trump Tower-ja v Manhattnu 17 mesecev pred volitvami. Ko je počasi zakorakal v vežo, kjer ga je čakala množica zbeganih novinarjev, je bil zvezdnik resničnostnih šovov posmehljivo viden kot lažni prerok na tekočem traku. Kar je sledilo, se je novinarjem zdelo še bolj smešno. "Naša država je v resnih težavah", je dejal. "Včasih smo zmagovali, ampak nič več. Kdaj nas je kdo nazadnje videl premagovati, recimo, Kitajsko v trgovini? Ubijajo nas. Jaz premagujem Kitajsko ves čas." Odkar je Mitt Romney izgubil volitve 2012, se je zdelo, da Trump graja republikance, ker ti niso podprli imigracijske reforme. V Trump Towerju je besnel nad mehiškimi imigranti ter jih oklical za "posiljevalce". Težko bi se spomnili predsedniškega kandidata, ki bi govoril tako fanatično vse od obdobja državljskih pravic naprej. Mnogi komentatorji so fascinirano zevali in takoj

zavrnilo vse možnosti za njegovo zmago. Stvari nad katerimi so se strokovnjaki zgražali – nespoštovanje konservativne konvencionalnosti, dekadentna vizija, fanatičnost, anti-intelektualizem in ego – so se formirali v osupljivo uspešno kampanjo, kjer je spisal povsem nova pravila. Trump je dvignil manj denarja kot Clintonova, zgradil manj kampanjske infrastrukture, imel manj premišljenih in izdelanih politik in bil podprt s strani redkih časopisov ali republikancev. Namesto, da bi upošteval nasvete svetovalcev in brzdal svoj temperament, je raje tvegalo. Podprl je mučenje, izgon muslimanov, umor družin katerih sinovi bi bili spoznani teroristi in uporabo jedrskega orožja kot taktičnega orožja. Blatil je ženske, muslimane in črnce, posmehljivo odigral grimaso duševno prizadetega novinarja, ščuval svoje podpornike k pretepanju protestnikov ter bil mesec dni pred volitvami ujet na videokaseti, ko se hvali s tem kako lahko grabi ženske za spolne organe. Obstaja zanimiv spor kakšno vlogo so igrali mediji, lačni konfliktov. Ampak Američani so te stvari slišali nefiltrirane – celo številni njegovi privrženci so jim nasprotovali. *Exit polls* kažejo, da je 61 % volivcev menilo, da ni kvalificiran za mesto predsednika, samo 34 % jih je menilo, da ima pravo osebnost in temperament. Kljub temu ga je volilo 60 milijonov ljudi. Kako je to mogoče? (The Economist 2016).

Sreča in lahkomišelnost ostalih sta odigrala svoj del. Večino časa republikanskih primarnih volitev je profitiral od velikih množic. Medtem ko je njegovih 17 nasprotnikov razdrobilo glasove, je zgradil trdno vodstvo med sovražnimi in nezadovoljnimi volivci, še posebej *blue-collar* delavci, ki so delili njegov pesimizem in sovražnost nasproti imigrantom in prosti trgovini. Po osmih letih demokratske vlade, omadeževane zaradi počasne rasti plač in blokad s strani republikanskega Kongresa, so si volivci želeli sprememb. Zgolj 31 % Američanov meni, da so ZDA na "pravi poti". 52 % popularnost Baracka Obame po koncu drugega mandata – kar je celo več kot pri Reaganu ob koncu njegovega drugega – je implicirala, da bo odpravila to okužbo. Pa vendar Hillary Clinton, kljub nekaterim zagrizenim poskusom Obame in njegove žene Michelle proti koncu kampanje, ni uspela požeti sadove te podpore. Kot figura esteblišmenta v času anti-esteblišmentskega besa je predstavljala novo darilo Trumpu. Njene prednosti, ki jih je pridobila v treh desetletjih na ali blizu oblasti, so v globokem razumevanju političnega sistema in nadarjenosti za politike. A številni volivci sistem vidijo kot skorumpiran in ob grmenju za spremembe se je njena vizija napredka zdela inadekvatna. Pohabljenost je bila zaradi svojih slabosti, vključujoč njeno nesposobnost, da se brani pred svojim sleparstvom in goljufivostjo kar je afera z elektronsko pošto le še poslabšala. Trumpov šovinizem in nesreča sta od starta nakazovala razburjenje z rasizmom napolnjenega belega nacionalističnega

sentimenta, ki je bil kombinacija ekonomskih in kulturnih zamer. Tako je svojo potapljučo koalicijo spremenil v zmagovito (The Economist 2016).

Z nastalo situacijo gre okriviti tudi ozko demokrasko polje kandidatov. Obtoževanje se je pričelo s primarnimi volitvami v demokraski stranki. Podporniki Bernieja Sandersa so bili besni, da je njihov kandidat izgubil proti Clintonovi. Ves čas so kazali na dejstvo, da v medsebojnem dvoboju proti Trumpu vodi z veliko večjo razliko kot Clintonova. Edina dolgoletna demokraska kandidata sta bila Hillary Clinton in Martin O'Malley. Celoten preostanek polja so sestavljali Sandersovi podporniki, mnogi so se, za to, da bi lahko glasovali zanj, registrirali kot demokrati. Clintonova bi morala biti preizkušena z več strani in več argumenti. Proti Clintonovi je nastala globoka ambivalenca, celo med ljudmi, ki so sicer delili njene vrednote. Sistem je predstavljal problem in ona je bila del tega sistema. Če gre verjeti *exit polls* so volivci verjeli, da je Clintonova tista, ki bolj skrbi zanje, ki ima več iskušenj in boljšopresojo. So pa tudi mislili, da bo Trump prej prinesel spremembo (Klein 2016).

Tabela 8.1 Katera kvaliteta kandidata šteje največ?

which candidate quality mattered most?			
	clinton	trump	other/no answer
cares about me 15%	58%	35%	7%
can bring change 39%	14%	83%	3%
right experience 21%	90%	8%	2%
good judgment 20%	66%	26%	8%

Vir: CNN News (2016).

Številni so si želeli izvolitve kandidata izven sistema in so glasovali za "spremembo" na podoben način, kot so glasovali volivci Baracka Obame 2008 (v bistvu so številni njegovi ključni *blue-collar* volivci glasovali tudi za Obamo, kar spodkopava rasistično razlago). Nekateri volivci so bili prizadeti zaradi zavarovalnih premij, katerih stroški so leteli v nebo in so verjeli, da lahko Trump stori nekaj okrog tega. Drugi so bili mnenja, da lahko Trump zarezhe v birokracijo, ki preprečujeta javnim in privatnim sektorjem, da bi "opravili stvari", še posebej

pri obnovi cestnih omrežij, letališč in infrastrukture. Trump se je rad portretiral kot graditelja in številne je ta slika privlačila. Veliko volivcev je bilo preprosto ljudi, ki navadno glasujejo za republikanskega kandidata. Hillary Clinton jim ni ponujala nobenega razloga, da bi zamenjali strani. Ko je prišel dan volitev so preprosto naredili, kar naredijo navadno. Liberalci Trumpovo zmago radi povežejo s podporo rasizmu in sovražnosti. To je neumna strategija, če si proti tem stvarim. Liberalno prepričanje, da pol države sestavljajo grozni ljudje je velik razlog, da je bil izvoljen. Bolj kot demokrati to ponavljajo, bolj verjetno je, da se bodo njihovi največji strahovi uresničili (Postrel 2016).

Volitve so binaren proces: izbira je med dvema kandidatoma z dvema sporočiloma. Trump je zmagal zaradi singularnega razloga. Medtem ko so se mediji osredotočali nanj, se je sam na svoje sporočilo: spremembo. Vlada ni bila zgolj pokvarjena, lomila je državo in jo peljala v disfunkcionalnost. Politikom ni mar za ljudi, ki naj bi jih zastopali, politiki so izdali Ameriko in samo on lahko to spremeni. Ko je kršil normo, je to dokazovalo njegovo pripravljenost, da ne igra po pravilih, pravila pa so bila, kot pravi, pokvarjena. Ko je storil kaj nepričakovanega kar je ljudi osupnilo je samo podkrepil dejstvo, da je drugačen tip kandidata in da je bil on tisti, ki bo prinesel spremembo. Clintonova je prodajala svoje kvalifikacije, kar je le še podkrepilo dejstvo, da je kandidat esteblišmenta in statusa quo. Trumpovo sporočilo spremembe je afektiralo dve ključni skupini, ki sta se izkazali za odločilno. Obe stranki trdita, da imata bazo 45-48 % volivcev. Demokrati so upali, da se bodo visoko izobraženi predmestni republikanci, še posebej ženske, uprli Trumpovemu sovraštvu ter njegovi naklonjenosti alternativni desnici. Ta skupina visoko izobraženih republikancev je vlagala v globalno gospodarstvo na tak ali drugačen način. Status quo jim je sorazmerno ustrezal. So pa še vedno konservativci, ko gre za družbene problematike. Skrbelo so jih nadaljnja štiri leta liberalnih imenovanje, demokratski vrhovni tožilec in zvezni odlok, po katerem bi tranzvestiti imeli pravico do uporabe svojega stranišča v lokalnih šolah. Trump je bil heroj tradicionalnih vrednot. Druga skupina volivcev, ki so Trumpu pomagali do Bele hiše so bili beli *blue-collar* delavci. Neoliberalen red do njih ni bil prijazen, Clintonovo pa so videli kot posebitev tega redu – ne brez razloga, tudi Obama je bil ob koncu mandata viden kot nekdo, ki je bolj nagnjen k premisam neoliberalizma, kot da bi jih spodkopaval. Ti volivci so se spraševali, zakaj Clintonova ves čas govori o načrtu, da bi bil študij dostopen vsem, ni pa govorila o tistih otrocih, ki ne bodo obiskovali kolidža, njihovih otrocih. Spraševali so se, zakaj je Obama po odobritvi istospolnih porok s strani vrhovnega sodišča Belo hišo osvetlil v barvah mavrice, in bili tako preobremenjeni na način, da vse kar naredi, četudi simbolično, osvetljuje njihova življenja. Clintonova in Obama sta - kadar sploh

sta - govorila o *Rust Belt-u* na antiseptičen kliničen način: globalizacija, demografija, prost pretok kapitala. Trump je dejal, da bo Ameriko zopet naredil veliko, in s tem vzbudil spomine na dobre službe v tovarnah. Ti ljudje so se spominjali časov, ko je bila Amerika večja kot danes. In bilo jih je veliko (Winters 2016).

Verjetno službe v Pasu rje (*Rust Belt*) ne bodo nikoli več prišle na nekdanji nivo. Za zaton obstaja veliko kompleksnih ekonomskih razlogov. Vendar pa s strani Clintonove na obzorju ni bilo načrta, da pomaga tem delavcem. Stranka, ki je bila znana kot naklonjena delavcem modrim ovratnikom (*blue-collar*) v osmih letih za njih ni naredila nič. Donald Trump se je zavezal, da bo odpravil davke in regulatorne ovire, ki spodkopavajo gospodarsko rast, ter naložbe iz obale prenesel nazaj v notranjost. Američani ne marajo, da se jim govori kako razmišljati. Mediji in strokovnjaki na obeh strani Trumpovih podpornikov nikoli niso jemali resno. Volivci, na drugi strani, so Trumpa jemali zelo resno. Vedeli so, da le z njim ne bo več istega (*more of the same*) (Ready 2016).

Čeravno je ekonomska nervoza pogosto mišljena kot gonilna sila Trumpovih podpornikov, je to bolj kot ne zvijača. Mediana dohodka Trumpovega podpornika je več kot 70 tisoč dolarjev na leto, kar je precej nad nacionalnim povprečjem. Študija leta 2016 je ugotovila, da bi afroameričani potrebovali 228 let, da se njihovo bogastvo izenači z belci. Očitno Trumpova pot v ovalno pisarno ni zgolj rezultat ekonomske tesnobe. Namesto tega je izvolitev Baracka Obame – in njegovega močnega poudarka na simbolizmu črnkega napredka – bila poglavitni sprožilec političnega odpora, ki je vodil do izvolitve Trumpa (Anderson 2016).

9 ZAKJLUČEK

V sklepu se mi zdi še enkrat zelo pomembno poudariti troje. Prvič, analitični del diplomske naloge, torej poglavja od osem do deset, je kronološko umeščen v čas do dneva volitev, to je 8. november 2016. Dogajanje po volitvah in posledično Trumpovo predsednikovanje tako ni del analize.

Drugič, zaradi prostorskih in časovnih omejitev ni bilo možno zaobjeti in iz različnih perspektiv poglobljeno analizirati vseh dejavnikov, ki so privedli do izvolitve Donalda Trumpa.

Tretjič, prav tako ni bilo moč predstaviti relevantnih in objektivnih protiargumentov nekaterim hipotezam in mnenjem, kar še posebej velja za deveto in deloma deseto poglavje.

Ameriška vlada je predsedniška vlada in v tem tipu vlade je predsednik zelo avtonomna institucija. Ni član parlamenta in je voljen posebej. Je tudi federativna oblika vladavine, za katero je značilno, da imata dve ravni vlad formalno avtoriteto nad istim ozemljem in istimi ljudmi.

Američani so po naravi individualisti in zato skeptični do avtoritete. Občudujejo jo pravilo ma samo takrat, ko sami zaradi njene veličine niso prizadeti. Zato velja, da čeprav so Američano m vseč močni voditelji, se jim ne zdi potrebno, da jih poslušajo. Vseeno pa si od predsednikov veliko obetajo: monopolno urejanje svetovnih razmer, preprečevanje družinskih vojn, onemogočanje antiameriških akcij in zmanjševanje nevarnosti jedrskega spopada. V ZDA naj bi predsednik skrbel za uspešno gospodarstvo, razreševanje socialnih težav, rasnih napetosti ter zmanjšal zdravstvene stroške.

Predsedniške volitve 2016 so bile v številnih pogledih zgodovinske. Amerika je dobila predsednika, ki je pot do Bele hiše tlakoval na vse prej kot predsedniški ali konvencionalen način. V predsedniško kampanjo 2016 je vstopil kot kandidat republikanske stranke in v primarnih volitvah porazil šestnajst ostalih kandidatov. S strupeno retoriko, vzdevki in neodobravanjem medijev je na stran pridobil žgoče množice ljudi, ki so si želeli sprememb, ki niso bili zadovoljni z delom uradnega Washingtona in ki so dvomili v kredibilnost medijev. Komentatorji so njegove politične pozicije opisali kot populistične, protekcionistične in nacionalistične. Njegova kampanja je bila deležna ekstenzivne brezplačne medijske pozornosti. Številne njegove izjave so bile kontroverzne ali napačne, a zdi se, da volivcev to ni odvrnilo v zadostni meri. Trump je splošne volitve dobil 8. novembra 2016 v presenetljivi zmagi proti demokratski kandidatki Hillary Clinton. Na poti do zmage je osvojil 306 elektorskih glasov,

kar je 57 % od skupno 538 razpoložljivih. Za ključne pa so se izkazale zmage v t.i. *swing states*, kjer je rezultat tradicionalno tesen – to so Florida, Severna Carolina, Ohio in Iowa. Poleg tega so pomembno vlogo dodale tudi tri *blue wall* države Michigan, Pensilvanija in Wisconsin, v katerih republikanci niso zmagali že desetletja. S tem je postal najstarejši in najbogatejši predsednik v zgodovini in šele peti, ki je zmagal po tem, ko je izgubil *popular vote*. Hillary Clinton je namreč prejela skoraj tri milijone več glasov.

Trumpove glavne obljube v kampanji so zajemale srdit boj proti nezakonitim imigracijam in izgon nezakonitih imigrantov, prepoved vstopa muslimanov v državo, utrditev represivnega aparata, gradnjo zidu na meji z Mehiko, ponovno pogajanje o trgovinskih sporazumih ali celo morebiten izstop iz njih, ponovno pogajanje o iranskem sporazumu, selitev proizvodnje na ameriška tla, obdavčitev surovin, ki so narejene na Kitajskem in v Mehiki, "izsušitev močvirja" v Washingtonu, odpravo Obamove zdravstvene reforme *Obamacare*, vrnitev delovnih mest - pa tudi nevmešavanje v politike drugih držav in razumevanje z Vladimirjem Putinom. Pri drugih zadevah je bil veliko bolj neodločen, posledično je velikokrat spremenil stališče do posamezne problematike.

Volivci, siti *statusa quo* in "sajenja rožic", so ga kljub drugačnim napovedim močno podprli in, če ne drugega, dali veliko klofuto medijskim elitam. Velik del krivde gre pripisati medijem in njihovemu vzvišenemu odnosu tako do kandidata, kot do njegovih podpornikov. S svojimi potezami so dregnili v osje gnezdo. Volivci, nezadovoljni z vlado in sistemom ter siti obljub, so tako v jezi podprli kandidata, ki bi po njihovem prinesel spremembe. Kakšne posledice bo imela njegova izvolitev za prihodnost pa bo, tako kot vedno, pokazal čas.

10 LITERATURA

1. Ashbee, Edward in Nigel Ashford. 1999. *US Politics Today*. Manchester: Manchester University Press.
2. Anderson, Carol. 2016. *Donald Trump Is the Result of White Rage, Not Economic Anxiety*. Dostopno prek: <http://time.com/4573307/donald-trump-white-rage/> (1. september 2017).
3. Bybby, John F. in Brian F. Schaffner. 2008. *Politics, Parties & Elections in America*. Boston: Thomson Wadsworth.
4. BBC News. 2017. *Trump's promises before and after election*. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-37982000> (2. september 2017).
5. CBS News. 2016. *Campaign 2016*. Dostopno prek: <https://www.cbsnews.com/elections/2016/election-center/> (31. avgust 2017).
6. CNN News. 2016a. *CNN delegate estimate: republican party*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/election/primaries/parties/republican> (31. avgust 2017).
7. --- 2016b. *CNN delegate estimate: democratic party*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/election/primaries/parties/democrat> (31. avgust 2017).
8. Coblenz, Michael. 2016. *The two-party system is destroying America*. Dostopno prek: <http://thehill.com/blogs/congress-blog/politics/267222-the-two-party-system-is-destroying-america> (12. avgust 2017).
9. Collins, Aliza. 2016. *Poll: Clinton, Trump most unfavorable candidates ever*. Dostopno prek: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/onpolitics/2016/08/31/poll-clinton-trump-most-unfavorable-candidates-ever/89644296/> (3. september 2017).
10. Cook, Rhodes. 2016. *High Primary Turnouts: Any Clues for the Fall?* Dostopno prek: http://www.rasmussenreports.com/public_content/political_commentary/commentary_by_rhodes_cook/high_primary_turnouts_any_clues_for_the_fall (26. avgust 2017).
11. Democrats Official Website. *The Democratic National Committee*. 2016. Dostopno prek: <https://www.democrats.org/organization/the-democratic-national-committee> (12. avgust 2017).
12. Desilver, Drew. 2016. *Turnout was high in the 2016 primary season, but just short of 2008 record*. Dostopno prek: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/06/10/turnout-was-high-in-the-2016-primary-season-but-just-short-of-2008-record/> (26. avgust 2017).

13. Donald Trump Official. 2016. *Trump: Make America Great Again!* Dostopno prek: <https://www.donaldjtrump.com/about/> (1. september 2017).
14. Dowd, Matthew J. 2016. *What Follows From a Presidential Campaign of So Many Negative 'Firsts'*. Dostopno prek: <https://blogs.wsj.com/washwire/2016/09/05/what-follows-from-a-presidential-campaign-of-so-many-negative-firsts/> (11. avgust 2017).
15. Ferfila, Bogomil, Anton Grizold in Phillips Leloup Lance. 2003. *Politične institucije, politike in proračuni: Severnoameriški razgledi*. Ljubljana: založba Hermina Kranjc.
16. Fields, Douglas R. 2016. *Trump's Victory and the Neuroscience of Rage: To understand this election you must understand the brain's threat detection mechanism*. Dostopno prek: <https://blogs.scientificamerican.com/mind-guest-blog/trump-s-victory-and-the-neuroscience-of-rage/> (3. september 2017).
17. Frank, Thomas. 2016. *Donald Trump is moving to the White House, and liberals put him there*. Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/nov/09/donald-trump-white-house-hillary-clinton-liberals> (29. avgust 2017).
18. Goldhill, Olivia. 2017. Rhetoric scholars pinpoint why Trump's inarticulate speaking style is so persuasive. Dostopno prek: <https://qz.com/965004/rhetoric-scholars-pinpoint-why-trumps-inarticulate-speaking-style-is-so-persuasive/> (2. september 2017).
19. GOP Official Website. *Republican National Comitee*. 2016. Dostopno prek: <https://gop.com/leaders/national/> (12. avgust 2017).
20. Groseclose, Tim. 2011. *Left Turn: How Liberal Media Bias Distorts the American Mind*. New York: St. Martin's Press.
21. Heineman, Robert A., Steven A. Peterson in Thomas H. Rasmussen. 1995. *American Government*. New York: McGraw-Hill, Inc.
22. Ingram, Mathew. 2016. *Here's Proof That the Media Helped Create Donald Trump*. Dostopno prek: <http://fortune.com/2016/06/14/media-trump/> (27. avgust 2017).
23. Judis, John B. 2016. *The Populist Explosion: How the Great Recession Transformed American and European Politics*. New York: Columbia Global Reports.
24. Kant, Garth. 2016. *How media helped elect Trump*. Dostopno prek: <http://www.wnd.com/2016/11/how-the-media-helped-elect-trump/> (29. avgust 2017).
25. Kiersz, Andy. 2016. *Here's the final 2016 Electoral College map*. Dostopno prek: <http://www.businessinsider.com/final-electoral-college-map-trump-clinton-2016-11> (31. avgust 2017).

26. Klein, Ezra. 2016. *The hard question isn't why Clinton lost — it's why Trump won: Clinton's loss can be explained. Trump's win rewrites what we know about American politics.* Dostopno prek: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2016/11/11/13578618/why-did-trump-win> (4. september 2017).
27. Ladd, Everett Carll. 1993. *The American Polity.* New York: W. W. Norton & Company, Inc.
28. Landy, Marc in Sidney M. Milkis. 2008. *American Government: Balancing Democracy and Rights.* New York: Cambridge University Press.
29. Leith, Sam. 2017. *Trump's rhetoric: a triumph of inarticulacy.* Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/us-news/2017/jan/13/donald-trumps-rhetoric-how-being-inarticulate-is-seen-as-authentic> (1. september 2017).
30. Linshi, Jack. 2015. *It's Official: More People Are Running for Presidential Nomination Than Ever.* Dostopno prek: <http://time.com/3948922/jim-gilmore-virginia-2016/> (26. avgust 2017).
31. Mazzoleni, Gianpietro. 2016. *Did the media create Trump?* Dostopno prek: <http://www.electionanalysis2016.us/us-election-analysis-2016/section-1-media/did-the-media-create-trump/> (28. avgust 2017).
32. McDonald, Glenn. 2016. *How Did The U.S. End Up With A Two-Party System?* Dostopno prek: <https://www.seeker.com/how-did-the-us-end-up-with-a-two-party-system-1948001654.html> (13. avgust 2017).
33. Morgan, Nick. 2016. *Why Trump Won The Election.* Dostopno prek: <https://www.forbes.com/sites/nickmorgan/2016/11/15/why-trump-won-the-election/#5771d37a4615> (2. september 2017).
34. Palmer, Anna in Jake Sherman. 2016. *We were all wrong -- What D.C. should expect - - Trump to Clinton: 'I respect you' – New Power Players in All Red Washington – B'Day: John Harris.* Dostopno prek: <http://www.politico.com/tipsheets/playbook/2016/11/we-were-all-wrong-what-dc-should-expect-trump-to-clinton-i-respect-you-new-power-players-in-all-red-washington-bday-john-harris-217304> (27. avgust 2017).
35. Patterson, Thomas E. 2016a. *Pre-Primary News Coverage of the 2016 Presidential Race: Trump's Rise, Sanders' Emergence, Clinton's Struggle.* Dostopno prek: <https://shorensteincenter.org/pre-primary-news-coverage-2016-trump-clinton-sanders/> (26. avgust 2017).

36. --- 2016b. *Did the media help Trump win? Look at the numbers.* Dostopno prek: <http://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-oe-patterson-media-study-election-20161207-story.html> (2. september 2017).
37. Phillips, John. 2016. *How the liberal media accidentally helped Trump.* Dostopno prek: <http://www.ocreger.com/2016/11/17/how-the-liberal-media-accidentally-helped-trump/> (30. avgust 2017).
38. Postrel, Virginia. 2016. *Trump Is the Change Voters Wanted: Calling his supporters deplorable only reflects badly on his opponents.* Dostopno prek: <https://www.bloomberg.com/view/articles/2016-11-09/trump-is-the-change-voters-wanted> (4. september 2017).
39. Qiu, Linda. 2016. *Donald Trump's top 10 campaign promises.* Dostopno prek: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2016/jul/15/donald-trumps-top-10-campaign-promises/> (1. september 2017).
40. Rahn, Will. 2016. *Commentary: The unbearable smugness of the press.* Dostopno prek: <https://www.cbsnews.com/news/commentary-the-unbearable-smugness-of-the-presidential-election-2016/> (29. avgust 2017).
41. Ready, Justin. 2016. *Sen. Ready: Trump won because working people wanted change.* Dostopno prek: http://www.carrollcountytimes.com/columnists/opinion/other_voices/ph-cc-ready-other-voices-120116-20161202-story.html (4. september 2017).
42. Ruschmann, Paul. 2006. *Media Bias: Point-Counterpoint.* Philadelphia: Chelsea House Publishers.
43. Sillito, David. 2016. *Donald Trump: How the media created the president.* Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-37952249> (30. avgust 2017).
44. Stephens-Davidowitz, Seth. 2017. *Everybody lies: how Google search reveals our darkest secrets.* Dostopno prek: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/09/everybody-lies-how-google-reveals-darkest-secrets-seth-stephens-davidowitz> (30. avgust 2017).
45. The Economist. 2012. *How it happened.: Donald Trump built an unlikely winning coalition. Hillary Clinton won the popular vote and lost the election.* Dostopno prek: <https://www.economist.com/news/united-states/21710028-donald-trump-won-fewer-votes-mitt-romney-in-2012-hillary-clinton-did-much-worse> (3. september 2017).

46. The Washington Post. 2016. *2016 Election exit polls: How the vote has shifted*. Dostopno prek: <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/2016-election/exit-polls/> (1. september 2017).
47. Vodovnik, Žiga. 2015. *Demokracija kot glagol*. Ljubljana: založba Krtina.
48. Wilson, James Q. 1986. *American Government: Institutions & Policies*. Lexington: D. C. Health and Company.
49. Woll, Peter. 1996. *American Government: Reading and Cases*. New York: HarperCollins College Publishers.
50. Zucher, Anthony. 2016. *US Election 2016 Results: Five reasons Donald Trump won*. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/election-us-2016-37918303> (2. september 2017).